

# Grunddaten Jugend und Medien 2011/2012

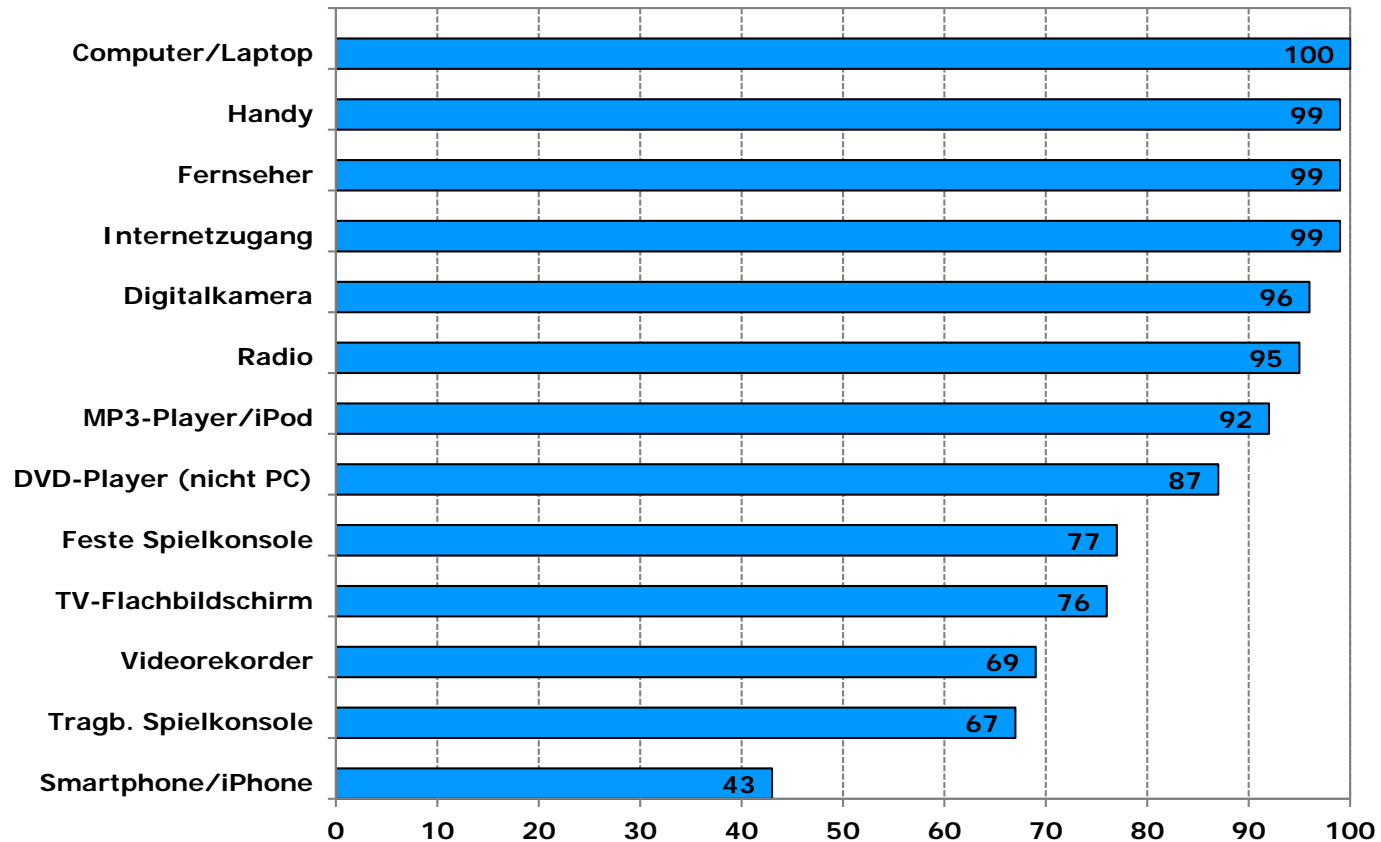
**Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung  
von Jugendlichen in Deutschland**

Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien  
von Dr. Alexandra Durner und Heike vom Orde, IZI

# Mediennutzung und Medienbesitz, Wichtigkeit und Image der Medien bei Jugendlichen

## Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt 2011 (Auswahl, Angaben in %)

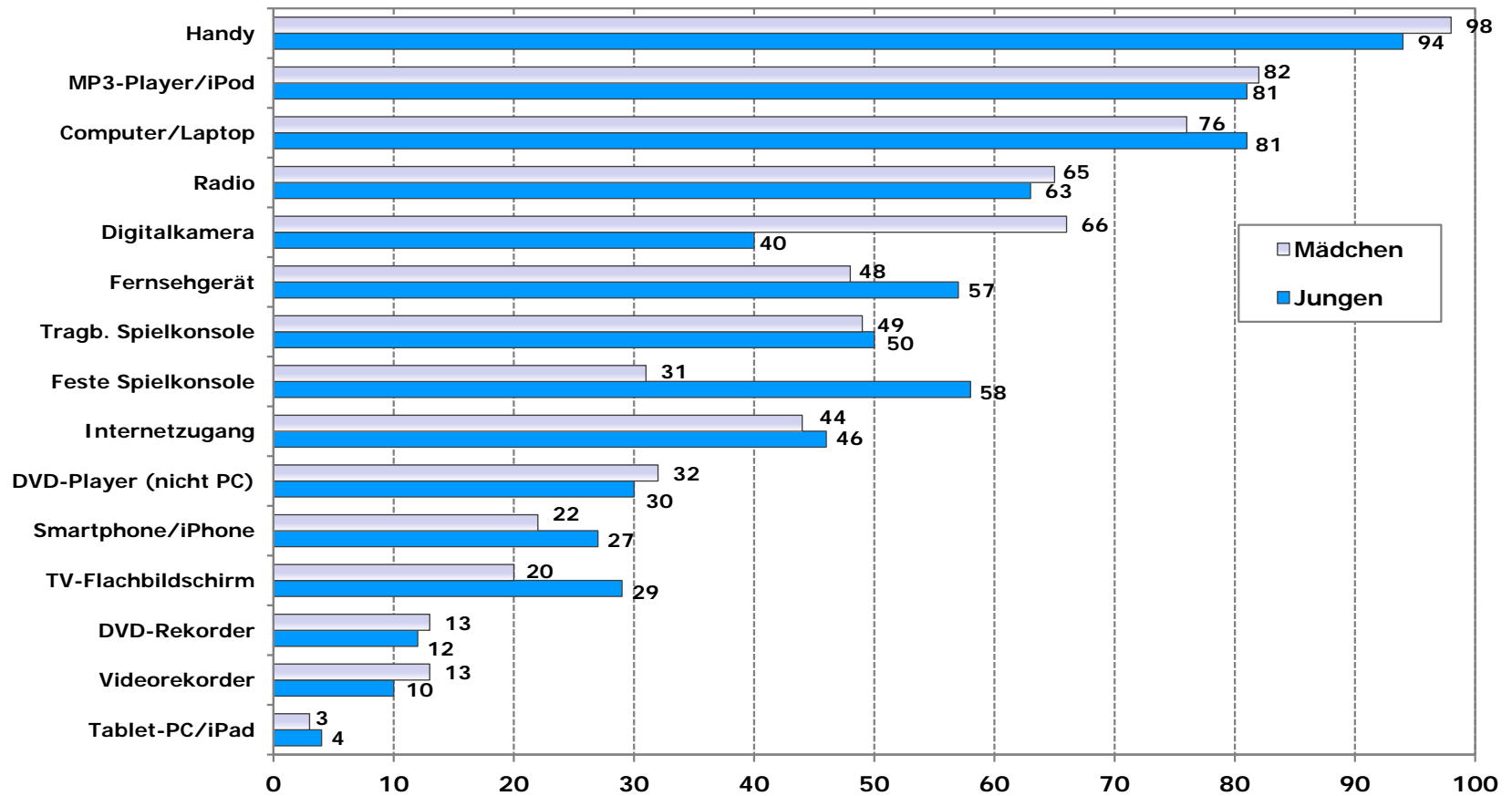


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 5.

## Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher 2011 (Angaben in %)

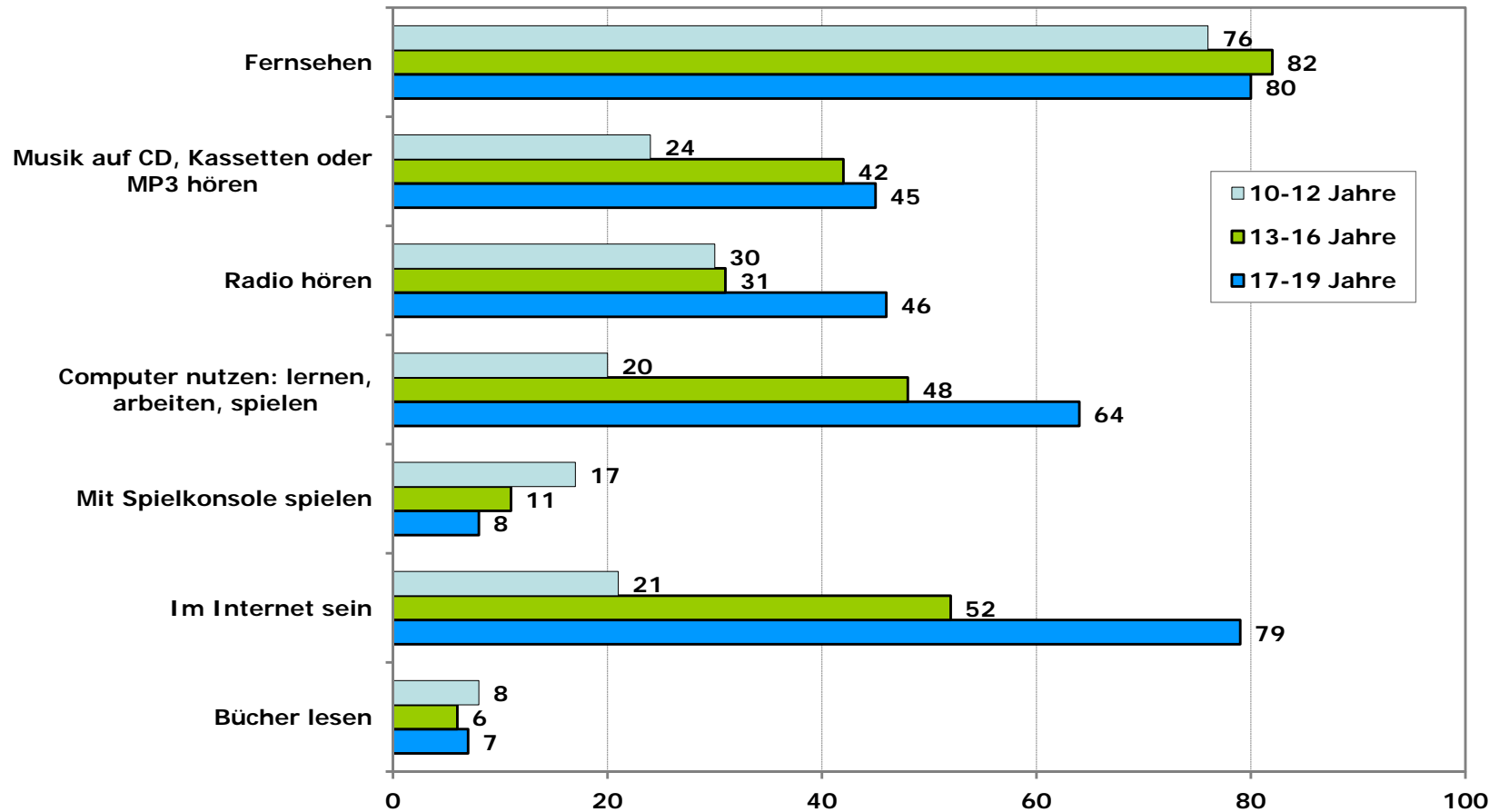


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 6.

## Welche Medien werden in der Freizeit am häufigsten genutzt?

Tägliche Nutzung 2011 (Auswahl, Angaben in %)



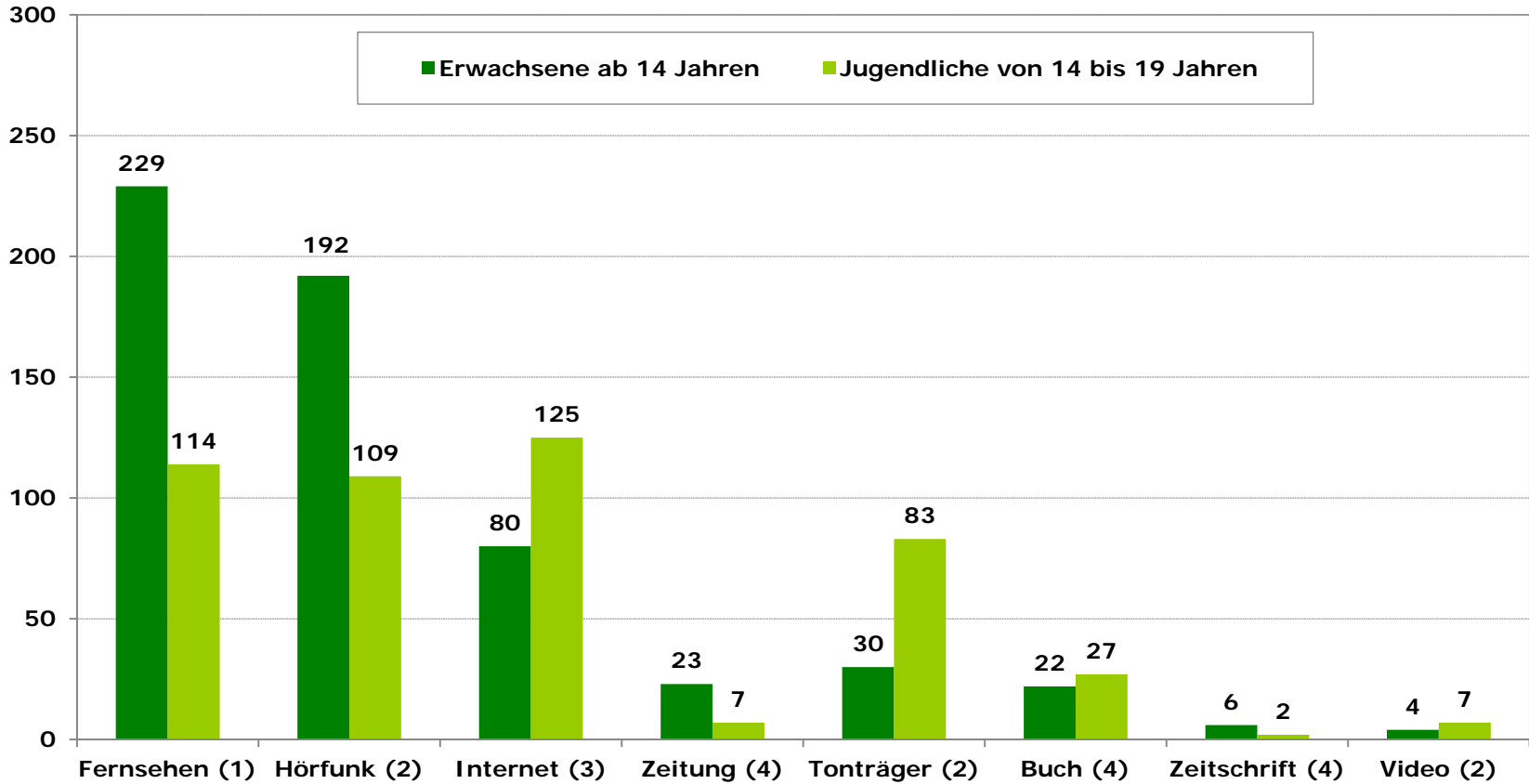
Basis: n=1.099 Jungen und Mädchen, 10-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 86, 87 und 88.

Seite 5

## Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien 2011

Nutzungsdauer in Minuten/Tag, nach Altersgruppen



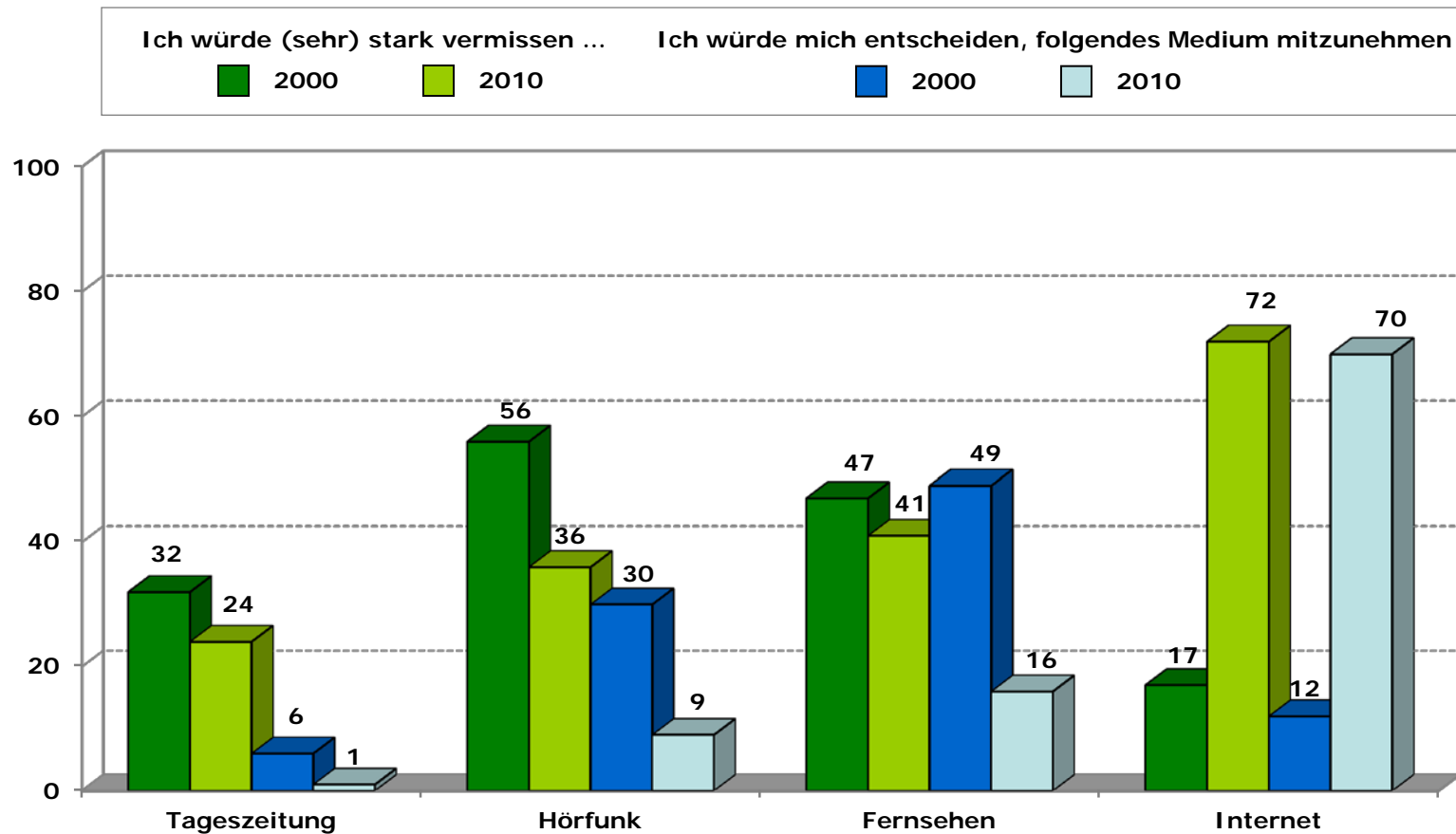
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag

Quellen: (1) AGF/GfK (1.1.-30.06.2011), (2) ma 2011/1, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

Seite 6

## Die Inselfrage: Bindung an die Medien bei den 14- bis 29-Jährigen Vergleich 2000 und 2010

Angaben in %



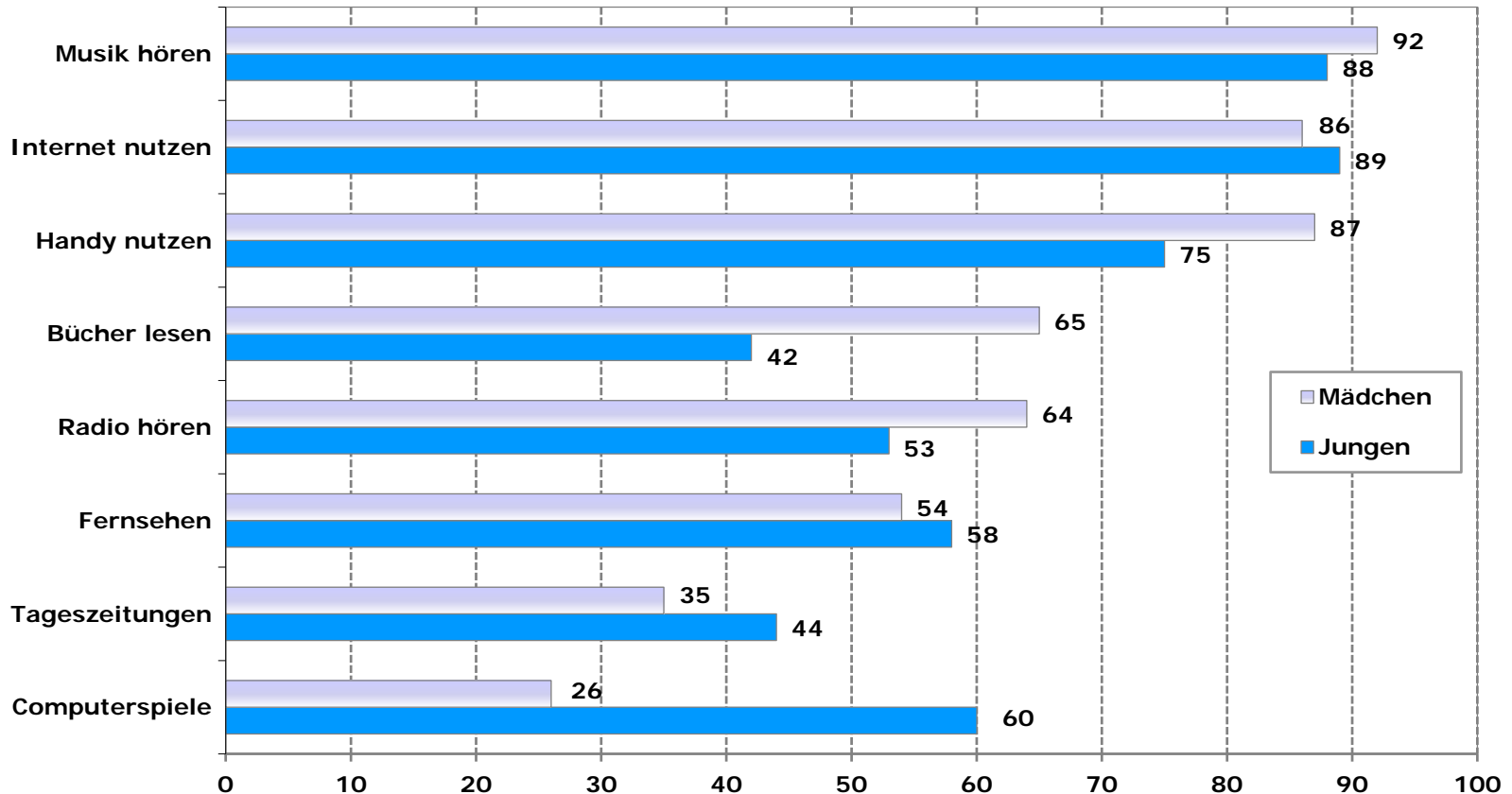
Basis: n=4.503, 14-29 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in: van Eimeren/Ridder 2011, S. 5.

Seite 7

## Welche Medientätigkeiten waren Jugendlichen 2011 sehr wichtig?

Welche Medientätigkeiten sind dir sehr wichtig/wichtig? Differenziert nach Geschlecht (Angaben in %)



Basis: n= 1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 15.

## Das Image der Medien bei den 14- bis 29-Jährigen im Direktvergleich 2010:

Welche Eigenschaft trifft am ehesten zu auf ... (Auswahl, Angaben in %)

	... das Fernsehen	... den Hörfunk	... die Tageszeitung	... das Internet
<b>anspruchsvoll</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>47</b>	<b>29</b>
<b>modern</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>78</b>
<b>unterhaltsam</b>	<b>57</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>31</b>
<b>informativ</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>28</b>	<b>48</b>
<b>glaubwürdig</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>21</b>
<b>kompetent</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>39</b>	<b>32</b>
<b>kritisch</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>30</b>

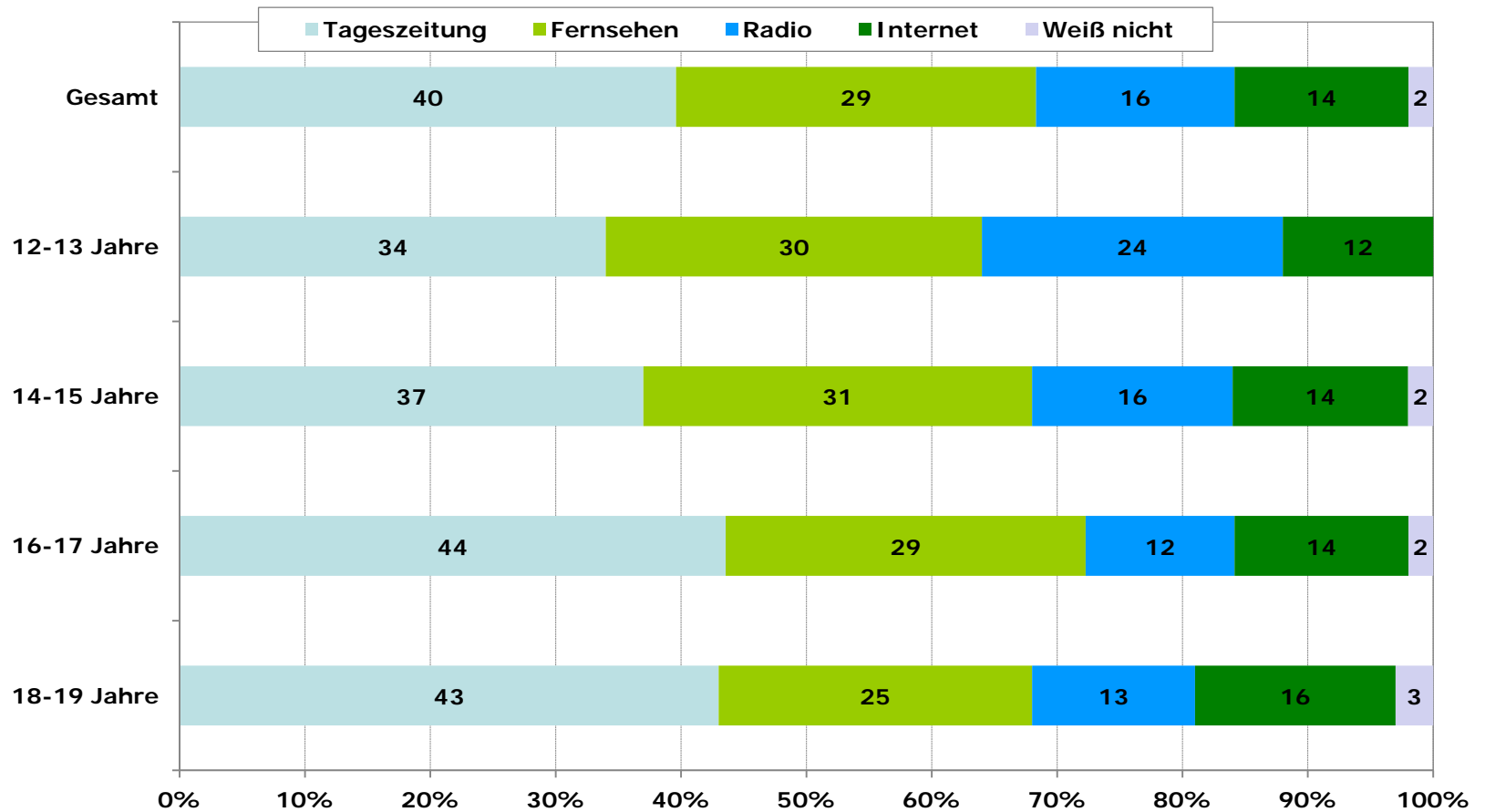
Basis: n=4.503, 14-29 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in:  
van Eimeren/Ridder 2011, S. 6.

Seite 9

## Wie glaubwürdig sind die Medien für Jugendliche 2011?

Würde bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen auf ... (Angaben in %)

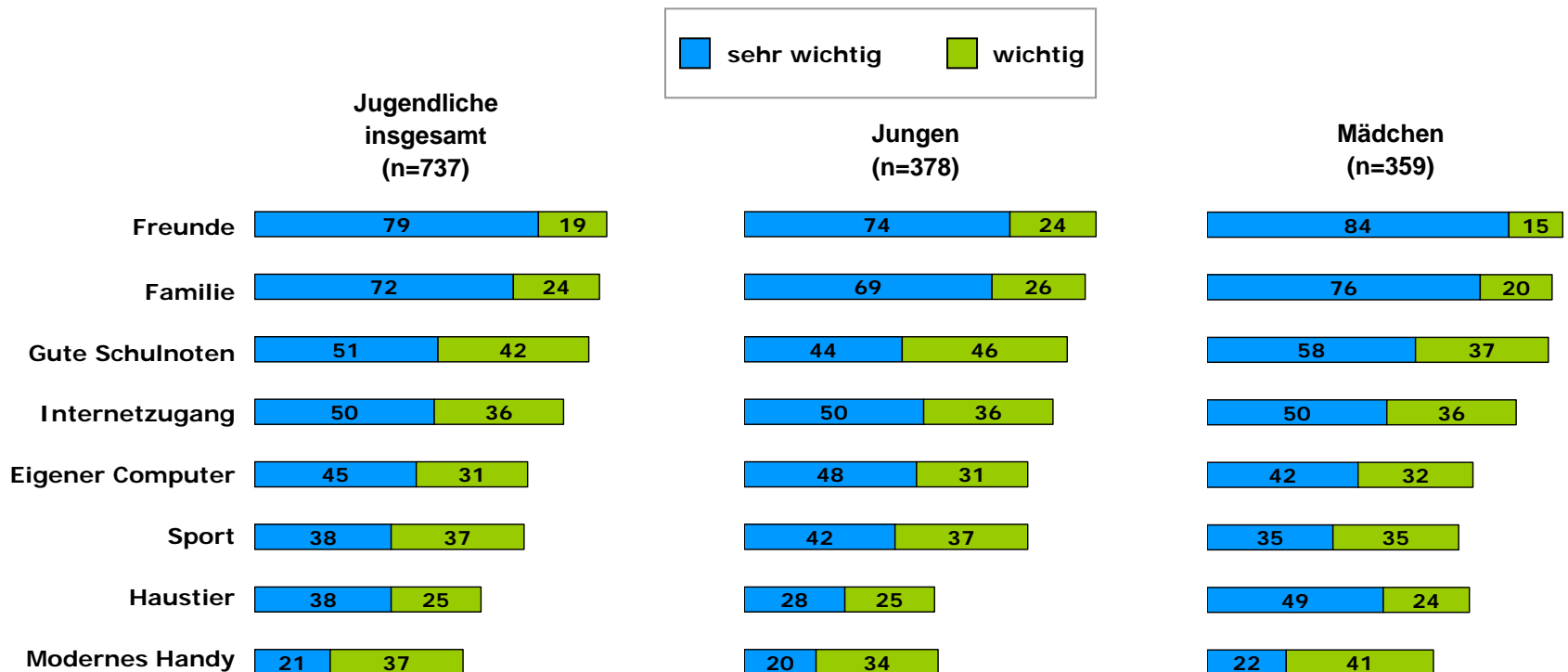


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 18.

## Trotzdem: Die Medien sind nicht das Wichtigste im Leben der (meisten) Jugendlichen

(Sehr) wichtig sind mir im Moment ... (2011, Angaben in %)

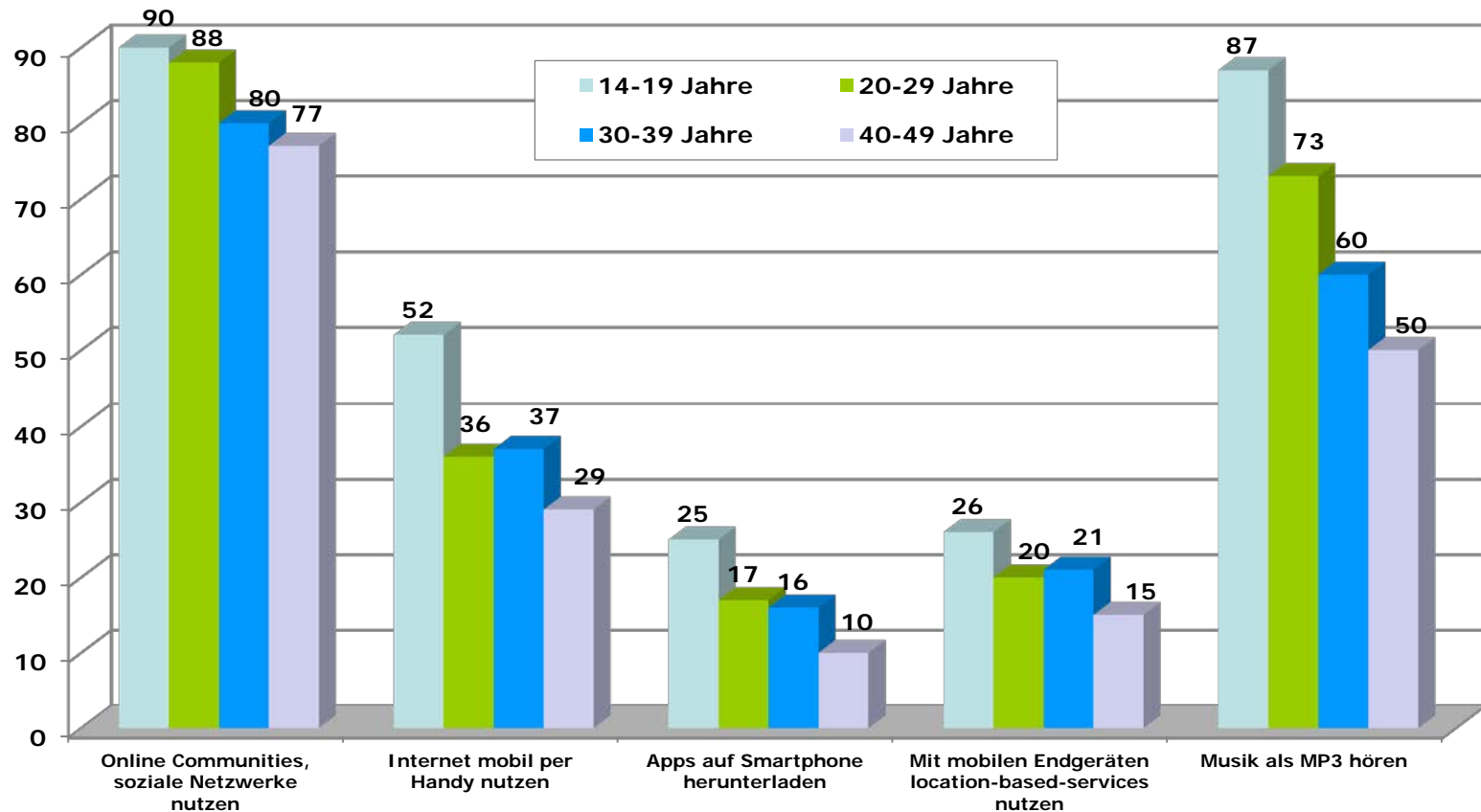


Basis: n=737, 10-18 Jahre.

Quelle: BITKOM 2011, S. 9.

## Nicht: Jung=newe Medien, Alt=traditionelle Medien Sondern: Jung=mobile Medien, Alt=stationäre Medien

Wie häufig machen Sie die folgenden Dinge in Ihrer Freizeit?  
Top 1 und 2 („täglich“ und „2-3 mal pro Woche“), 2011, Angaben in %

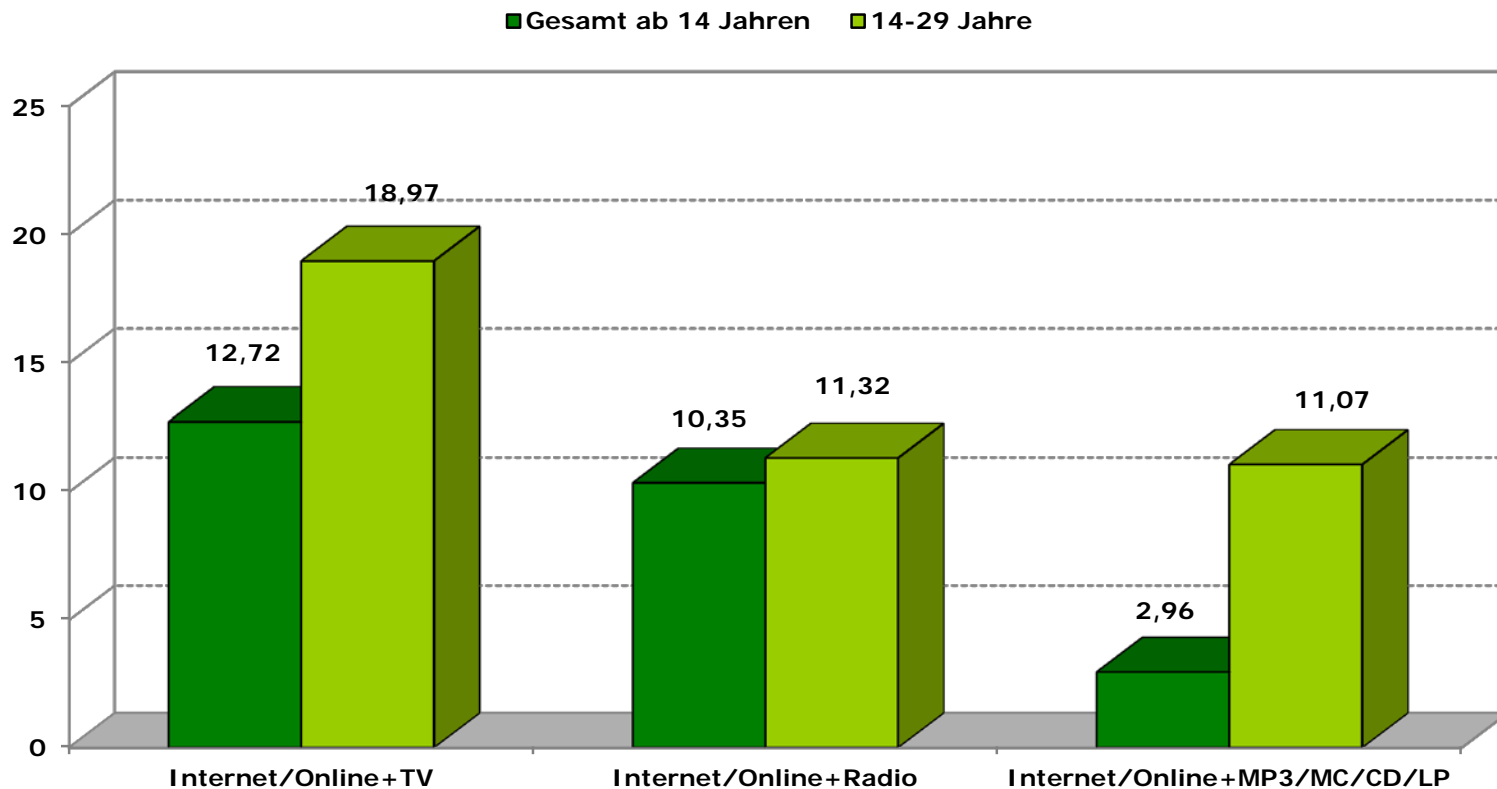


Basis: n=1.003, 14-49 Jahre.

Quelle: Viacom 2011, Folie 10.

## Jugendliche sind Multitasker - Parallelnutzung der einzelnen Medien nach Altersgruppen

Angaben in Min./Tag, 2010, Auswahl



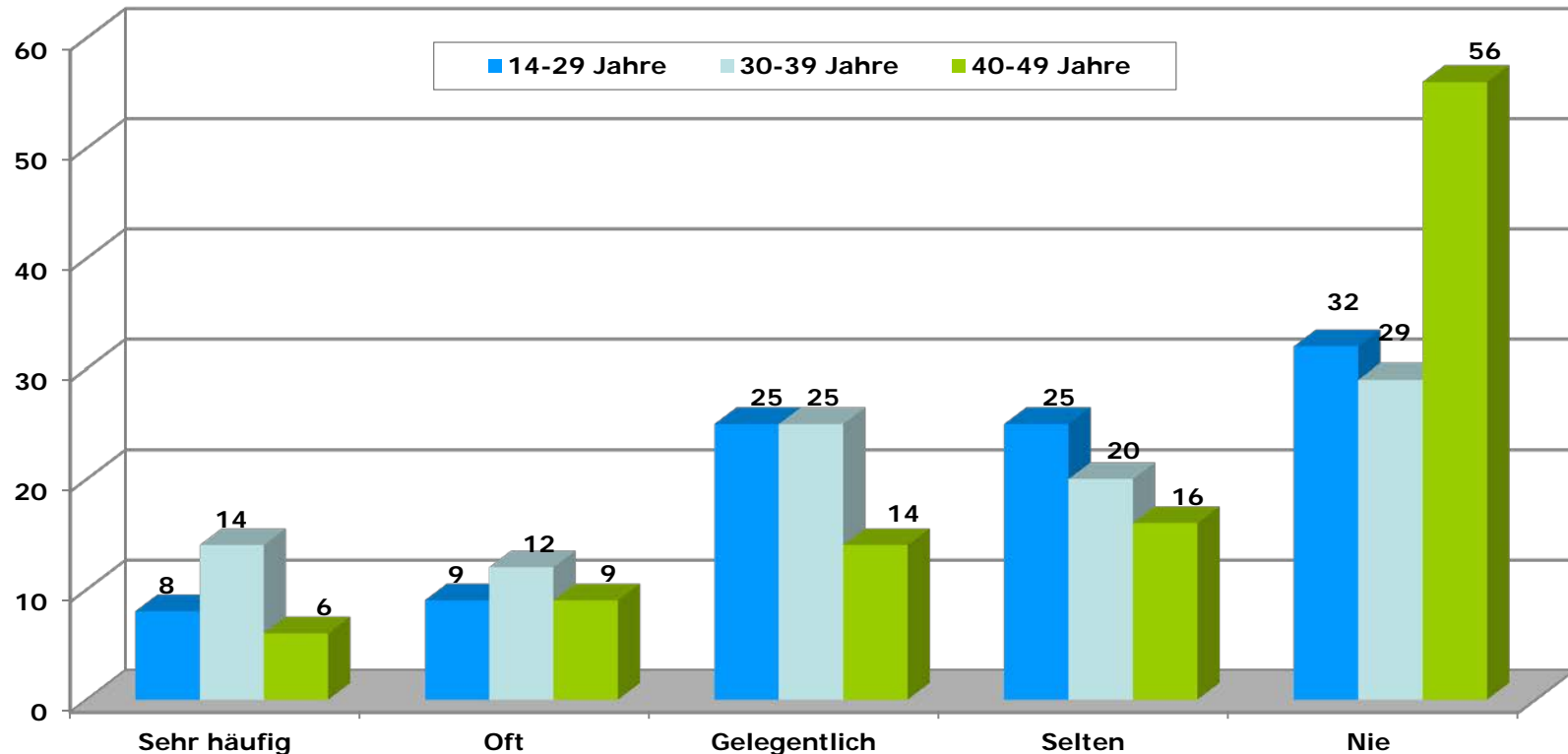
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in:  
Best/Breunig 2011, S. 25.

Seite 13

## Paralleles Surfen zum Fernsehschauen – Zuschauer/innen ab 40 Jahre machen dies selten oder nie

Online-Nutzung beim Fernsehen 2011, nach Altersgruppen (Angaben in %)



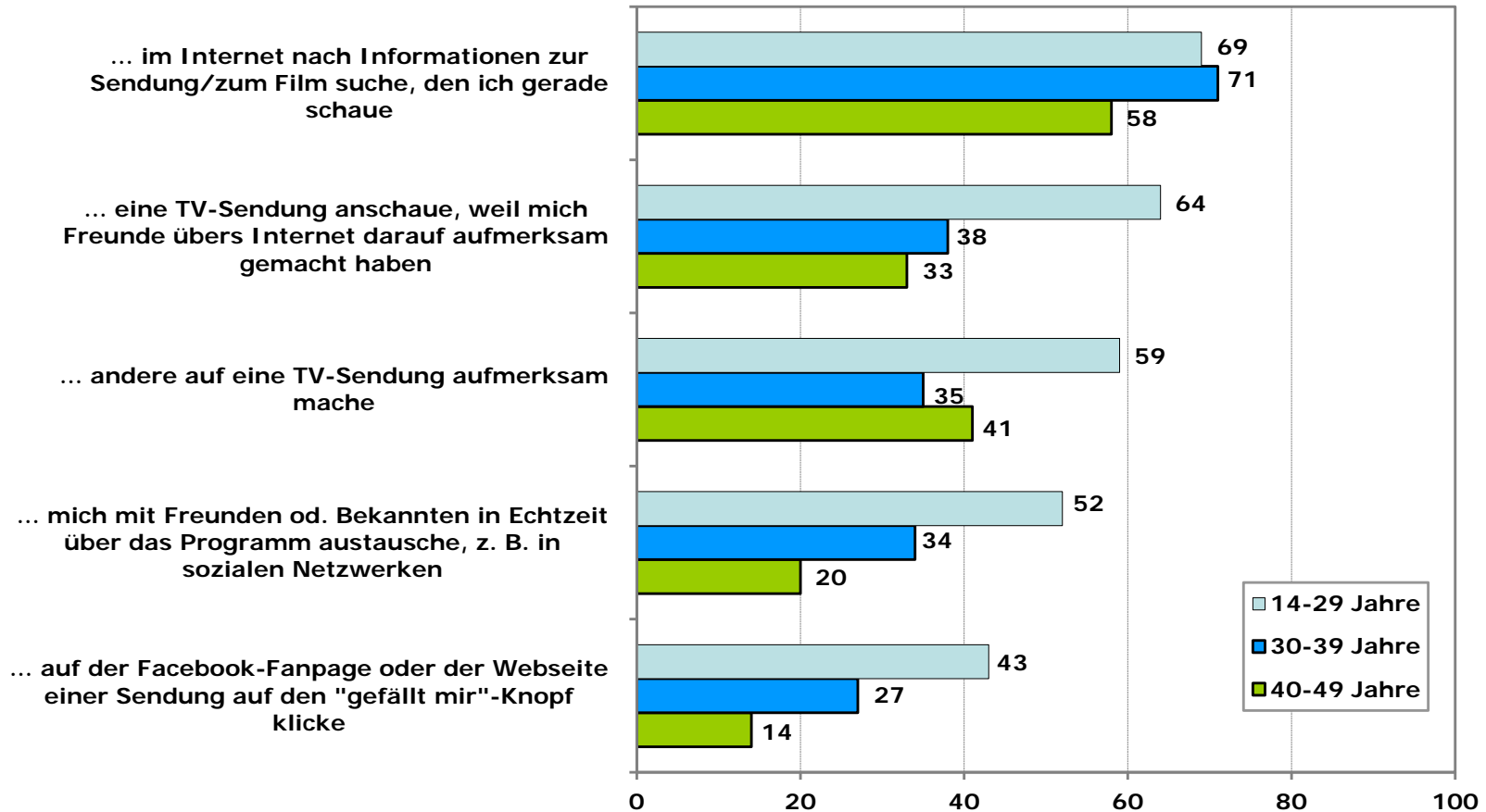
Basis: n=895, TV-Zuschauer/innen, 14-49 Jahre.

Quelle: DigitalBarometer . IP Deutschland, TNS Emnid, 2011, Seite 4.

## Jugendliche tauschen sich online über das TV-Programm aus

### Statements zur Parallelnutzung 2011:

Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ... (Auswahl, Angaben in %)



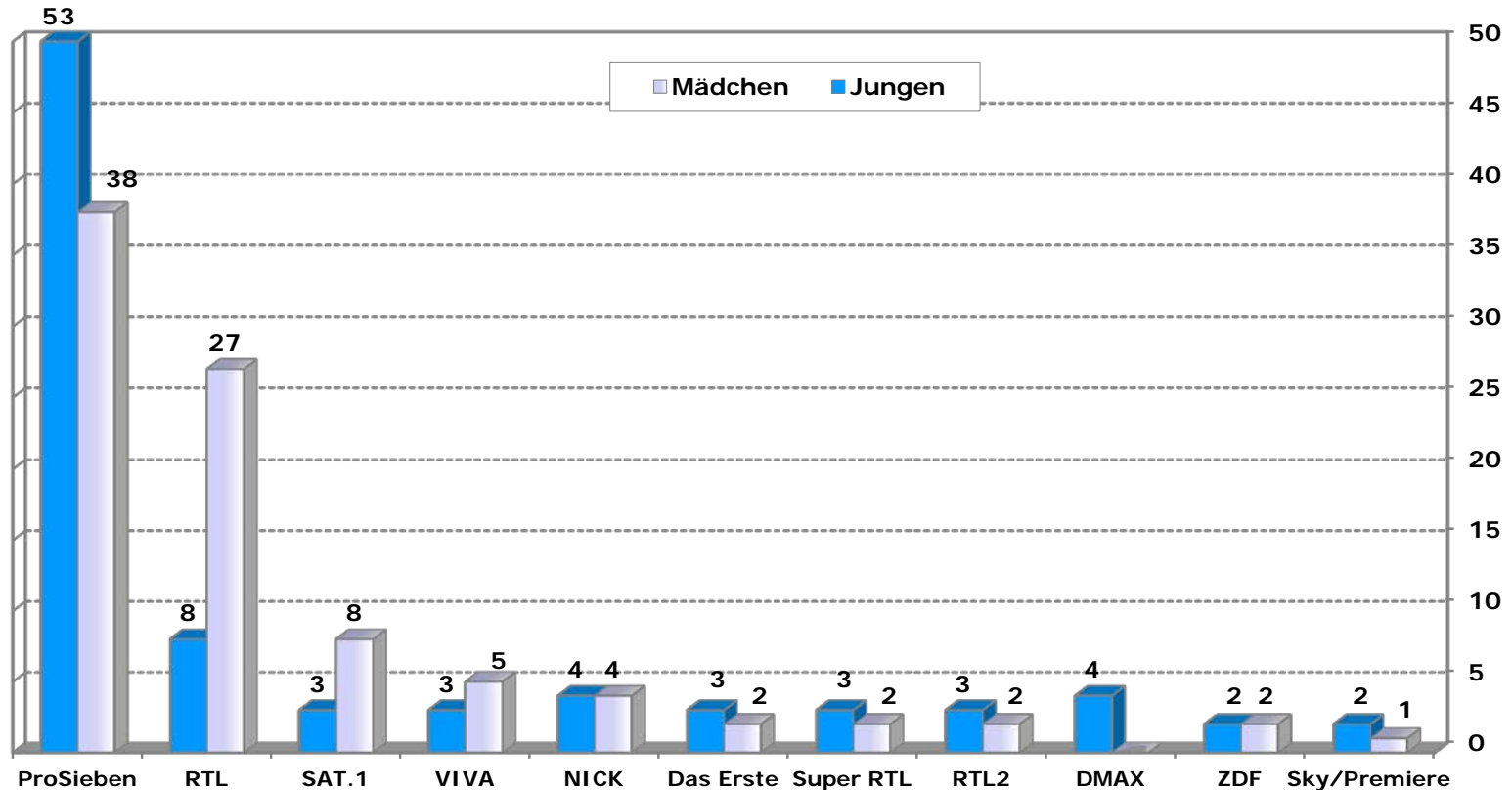
Basis: n=468, 14-49 Jahre mit Parallelnutzung mind. selten.

Quelle: DigitalBarometer. IP Deutschland, TNS Emnid, 2011, Seite 11.

# Jugendliche und Fernsehen

## Welche TV-Sender waren 2011 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Liebste Programmanbieter 2011, Programme ab 2 % Nennungen (Angaben in %)

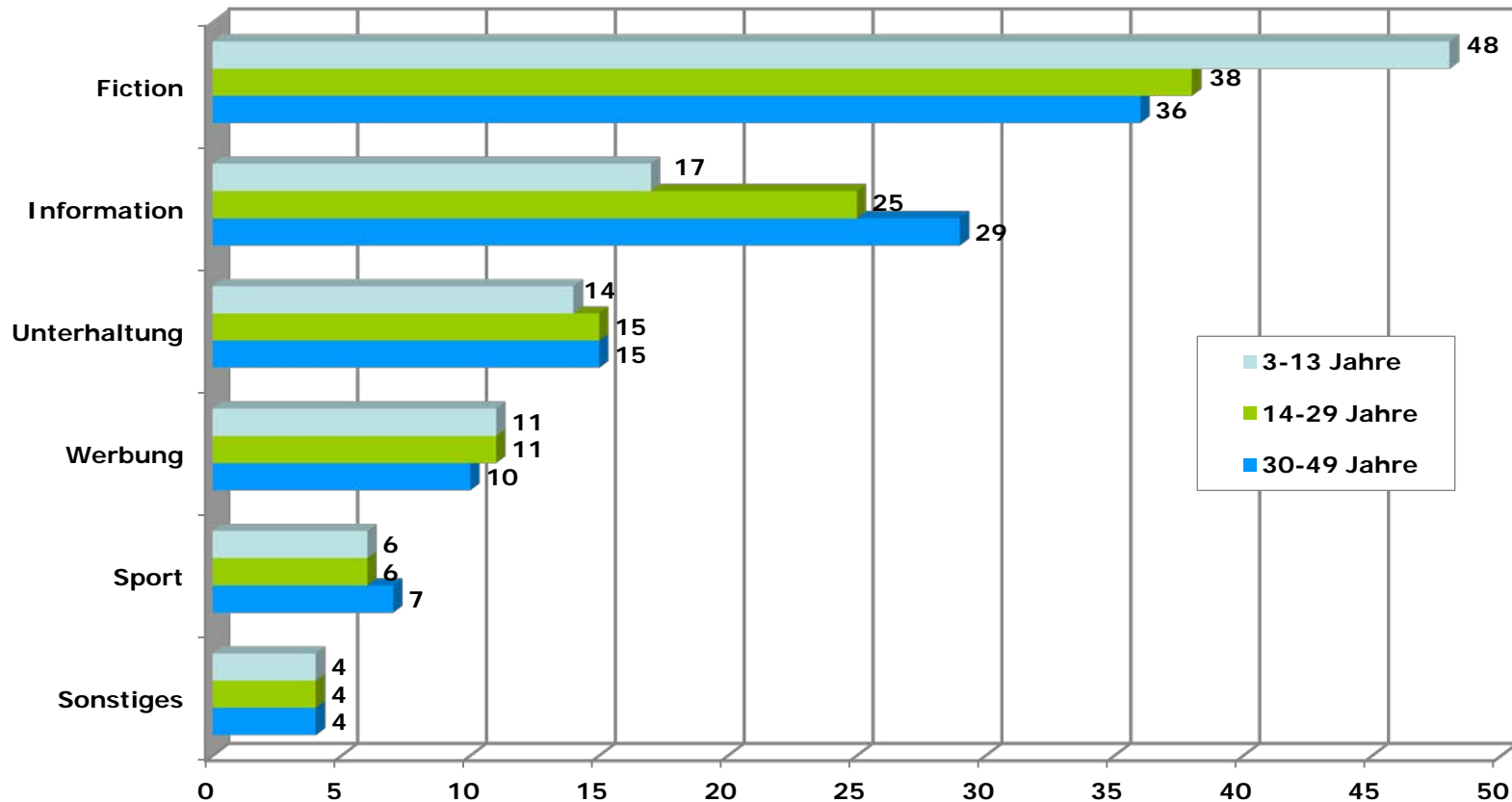


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 24.

## Welche Programmsparten werden in unterschiedlichen Altersgruppen bevorzugt?

Spartennutzung 2010 nach Zielgruppen (Angaben in %)



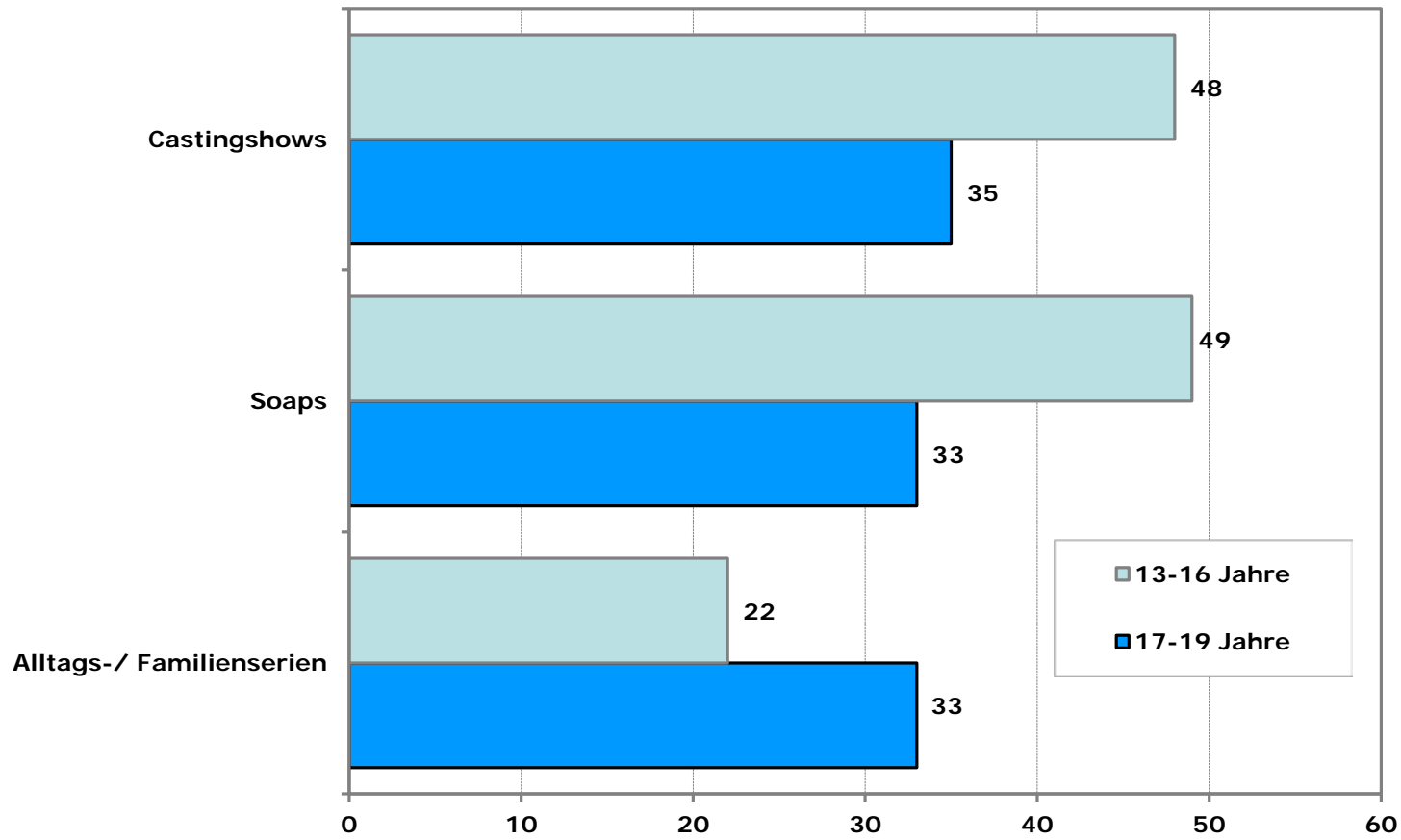
Basis: BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3:00 bis 3:00 Uhr.  
 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1,  
 ProSieben, kabel eins, RTL 2, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU);  
 Gerhards/Klingler 2011, S. 546.

Seite 18

## Die Lieblingsgenres der Mädchen 2011

Welche Sendung siehst du dir am liebsten an? (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)

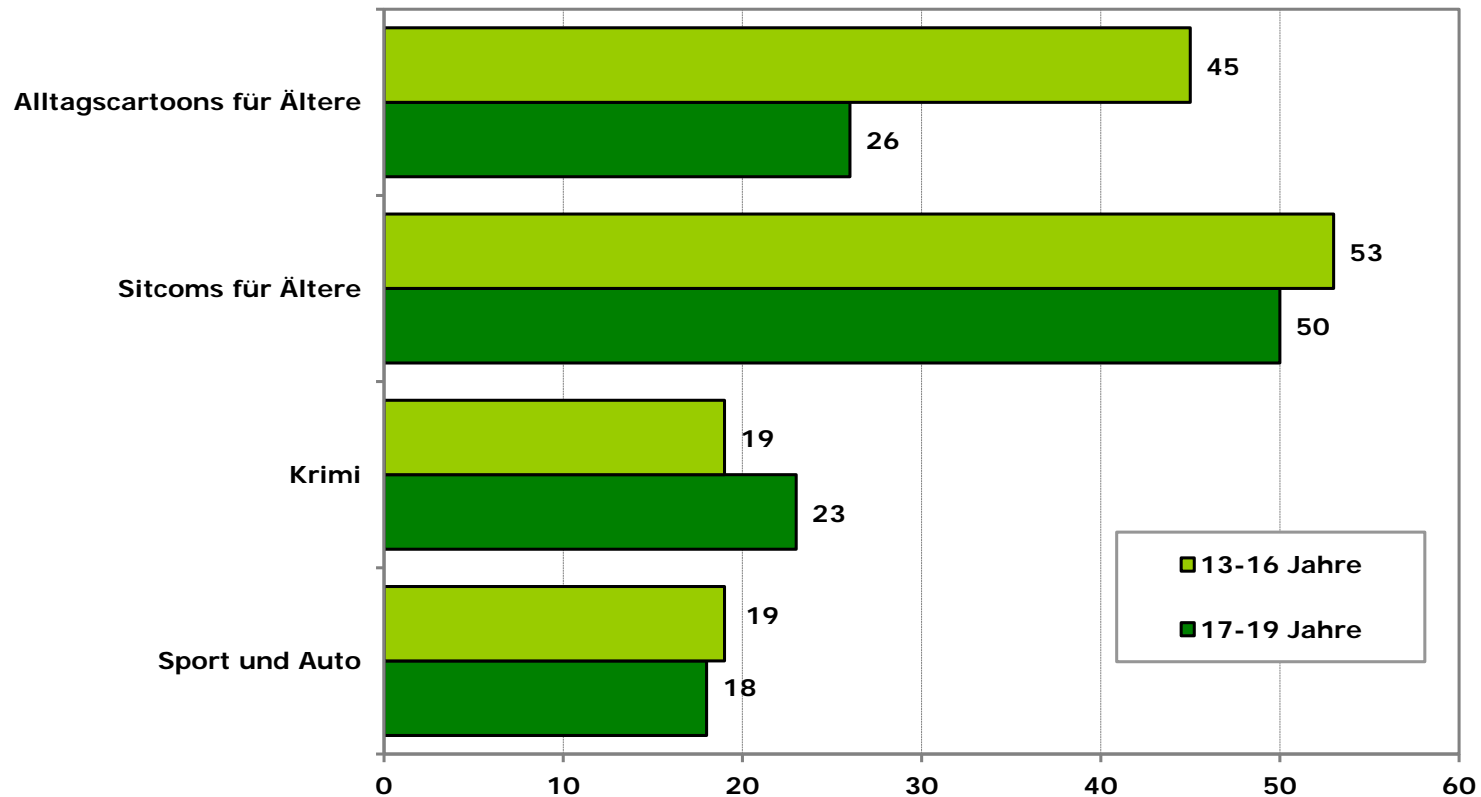


Basis: n=738 Mädchen, 6 bis 19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 22.

## Die Lieblingsgenres der Jungen 2011

Welche Sendung siehst du dir am liebsten an? (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)



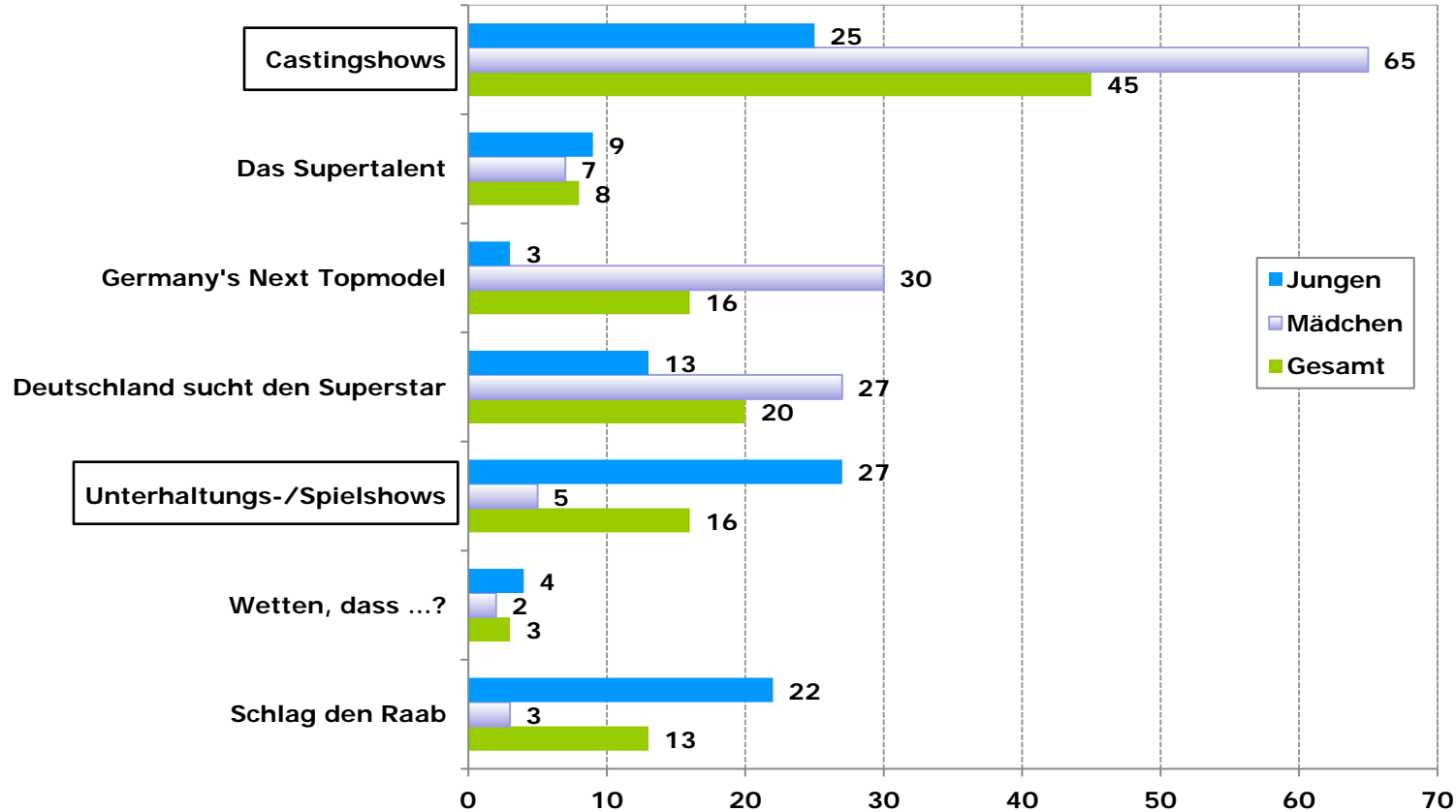
Basis: n=764 6- bis 19-jährige Jungen, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 21.

Seite 20

## Die beliebtesten Unterhaltungsshow und Castingsendungen 2011

Oberkategorien und Beispielsendungen (Angaben in %)

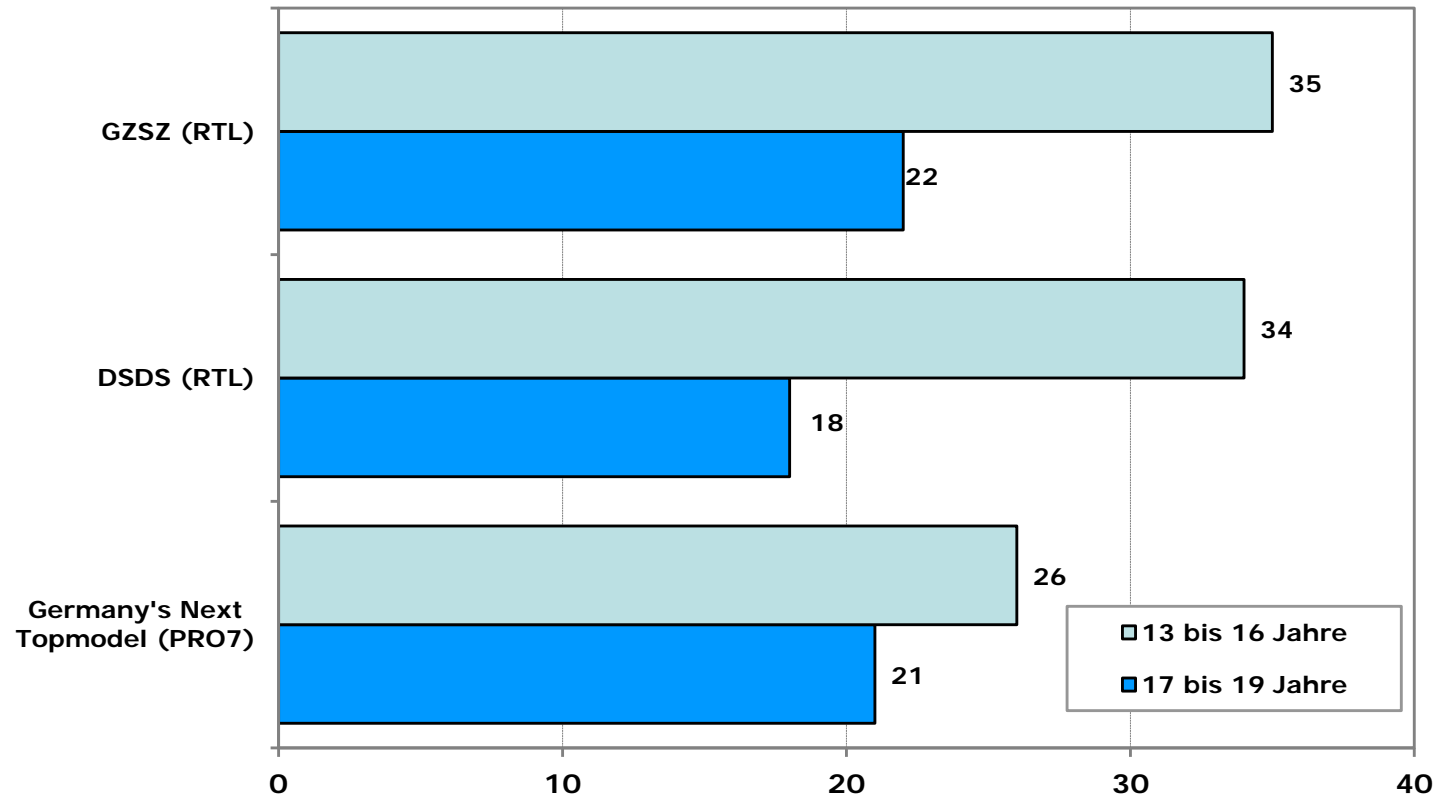


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre, Programme ab 3 % Nennungen.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 27.

## Welche Sendungen schauten Mädchen 2011 am liebsten?

Angaben in %, Auswahl



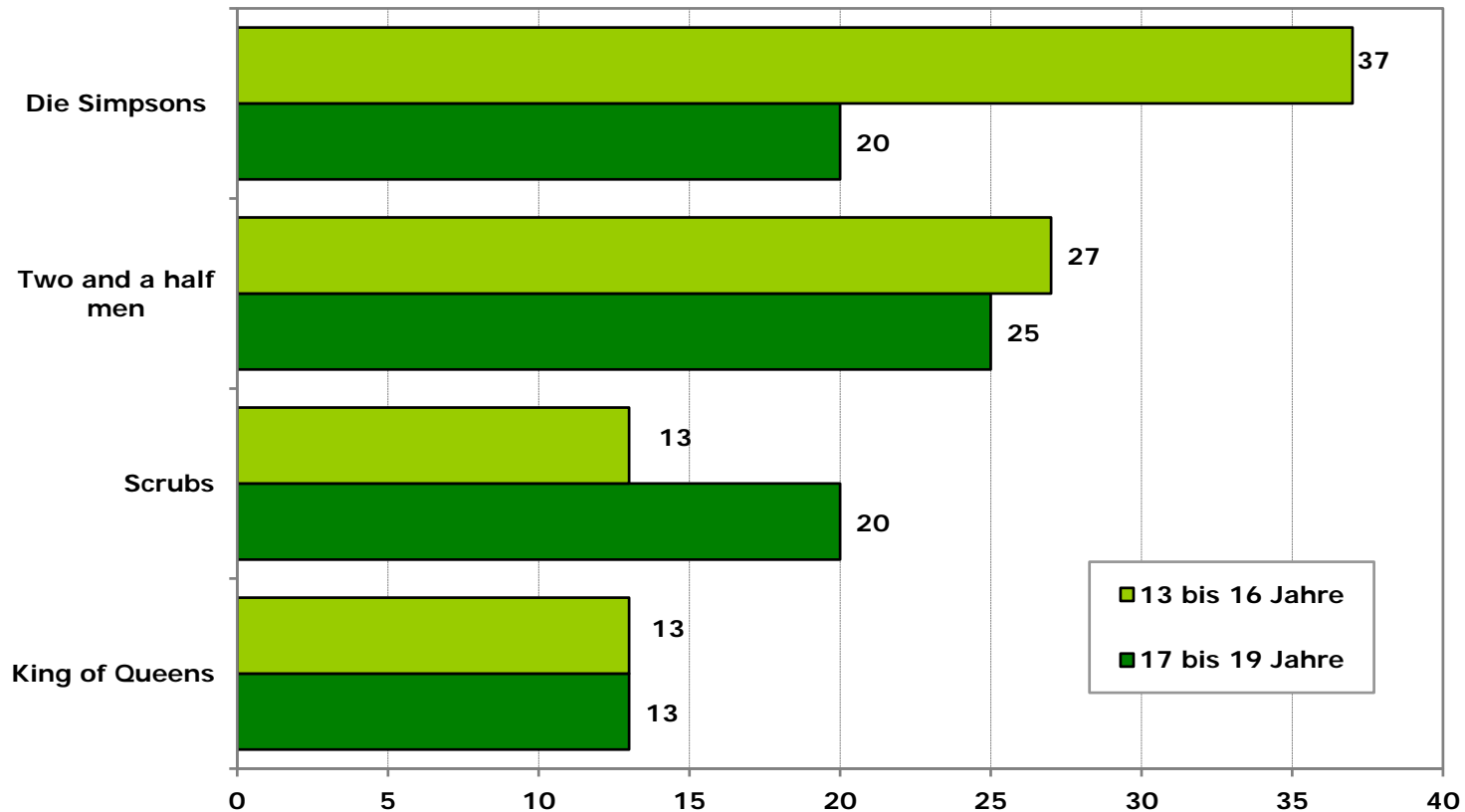
Basis: n=738 Mädchen, 6-19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 18.

Seite 22

## Welche Sendungen schauten Jungen 2011 am liebsten?

Angaben in %, Auswahl



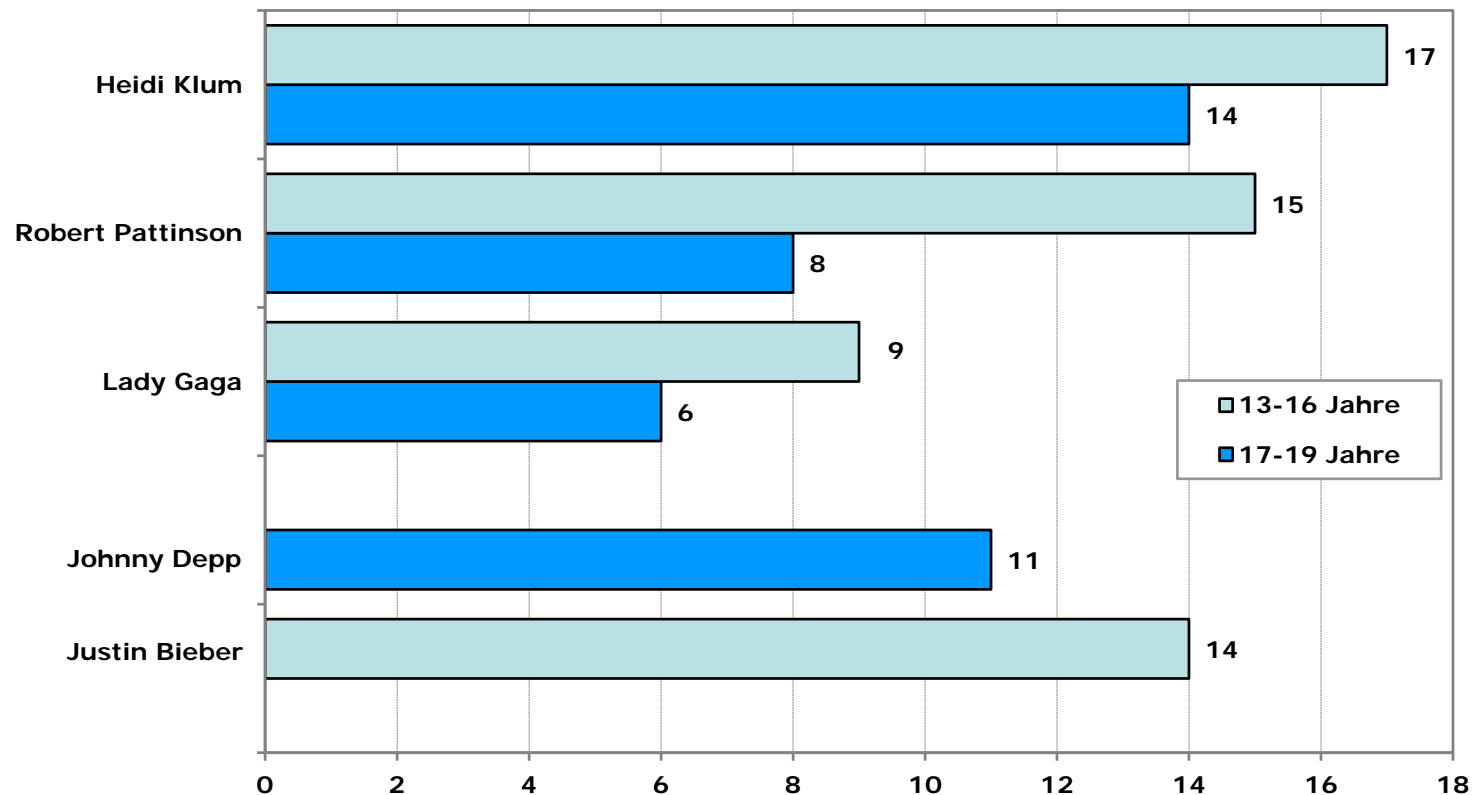
Basis: n=764 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 17.

Seite 23

## Medien-Idole der Mädchen 2011

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“ (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)



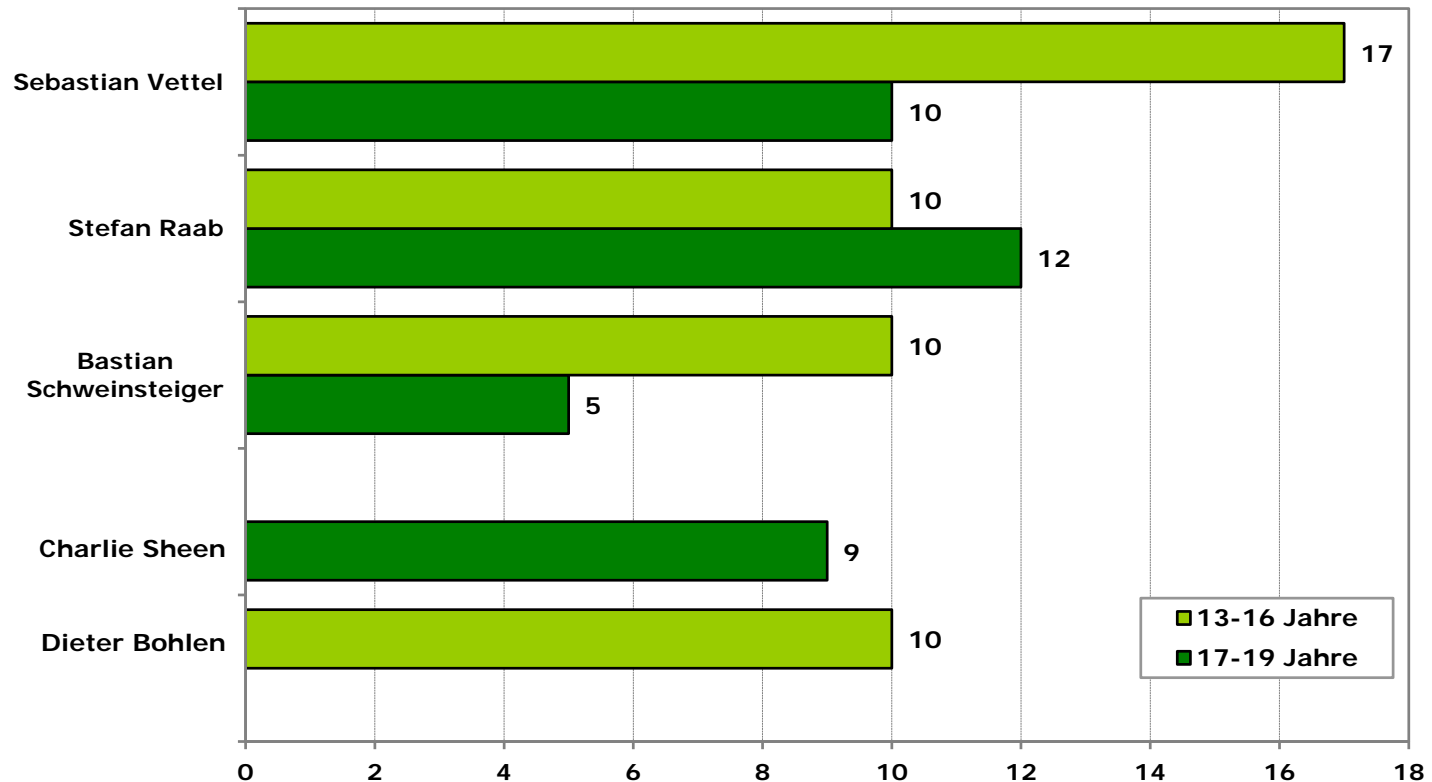
Basis: n=738 Mädchen, 6-19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 50.

Seite 24

## Medien-Idole der Jungen 2011

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“ (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)



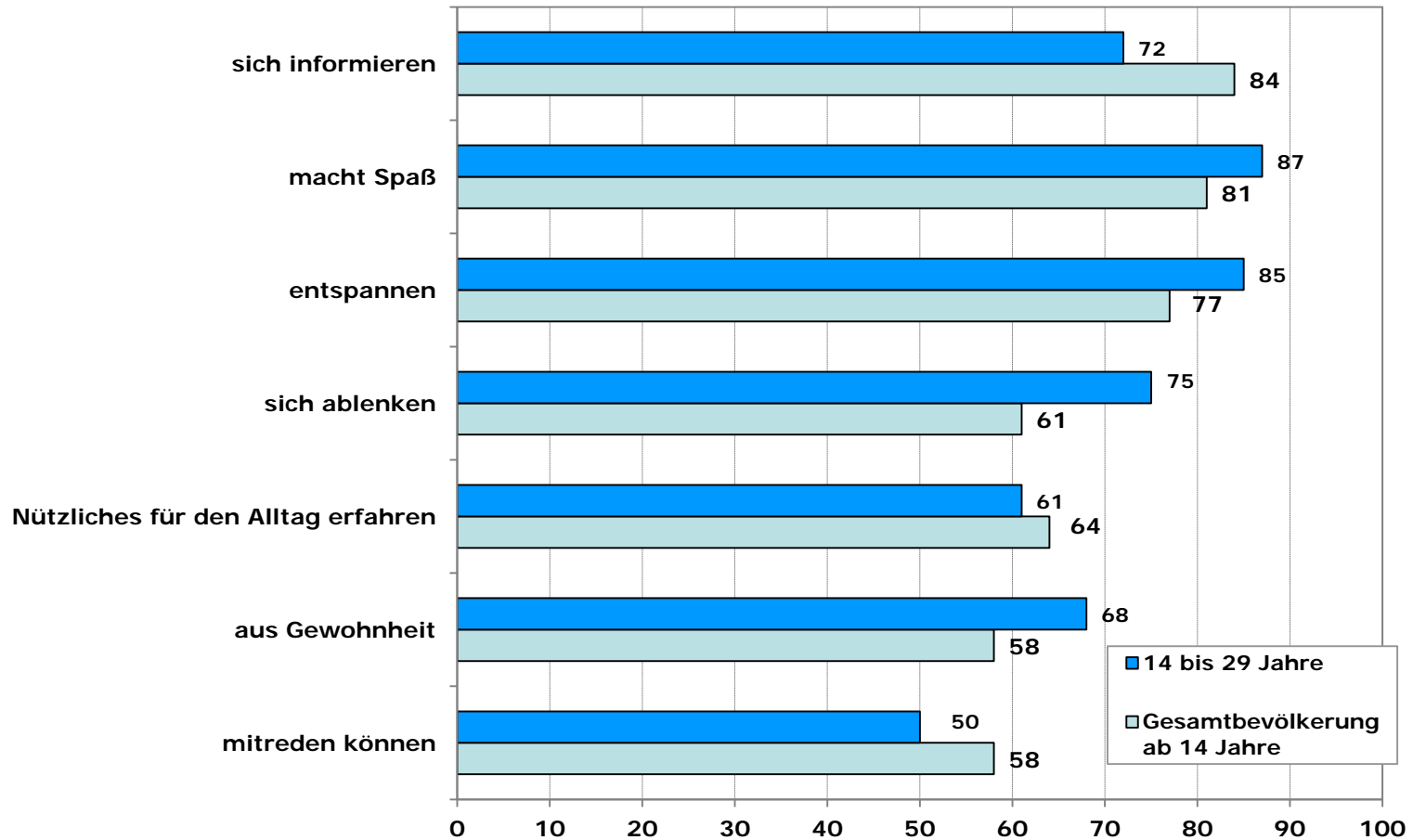
Basis: n=764 Jungen, 6-19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 49.

Seite 25

## Die TV-Nutzungsmotive der 14- bis 29-Jährigen und der Gesamtbevölkerung

Stimme voll und ganz/weitgehend zu ... (Angaben in %, Auswahl)



Basis: BRD gesamt, 14+, deutschsprachige Bevölkerung.

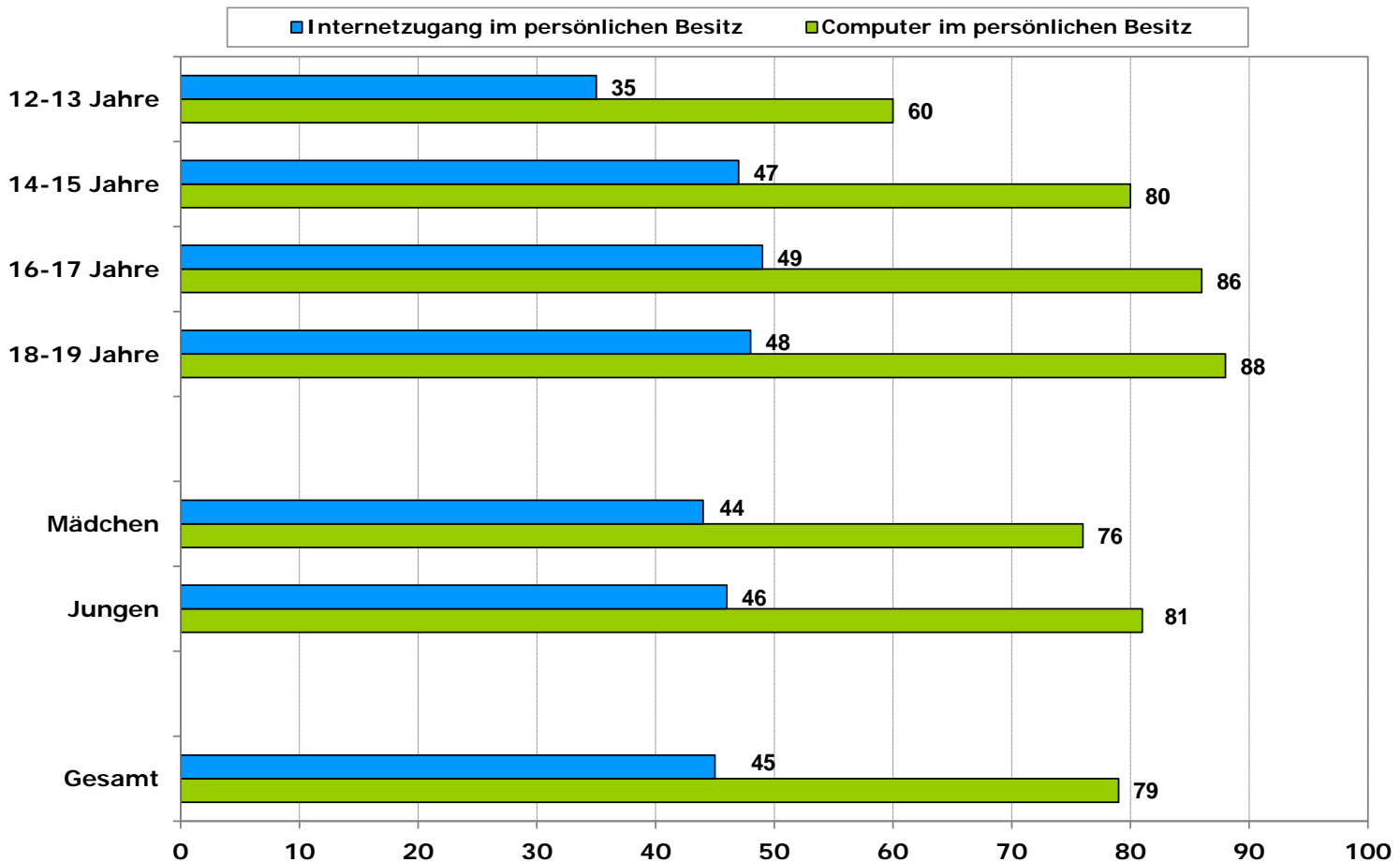
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1964-2010, in: Ridder/Engel, S. 538.

Seite 26

# Internet- und Computernutzung, Web 2.0

## Computerbesitz und Internetzugang Jugendlicher 2011

Angaben in %

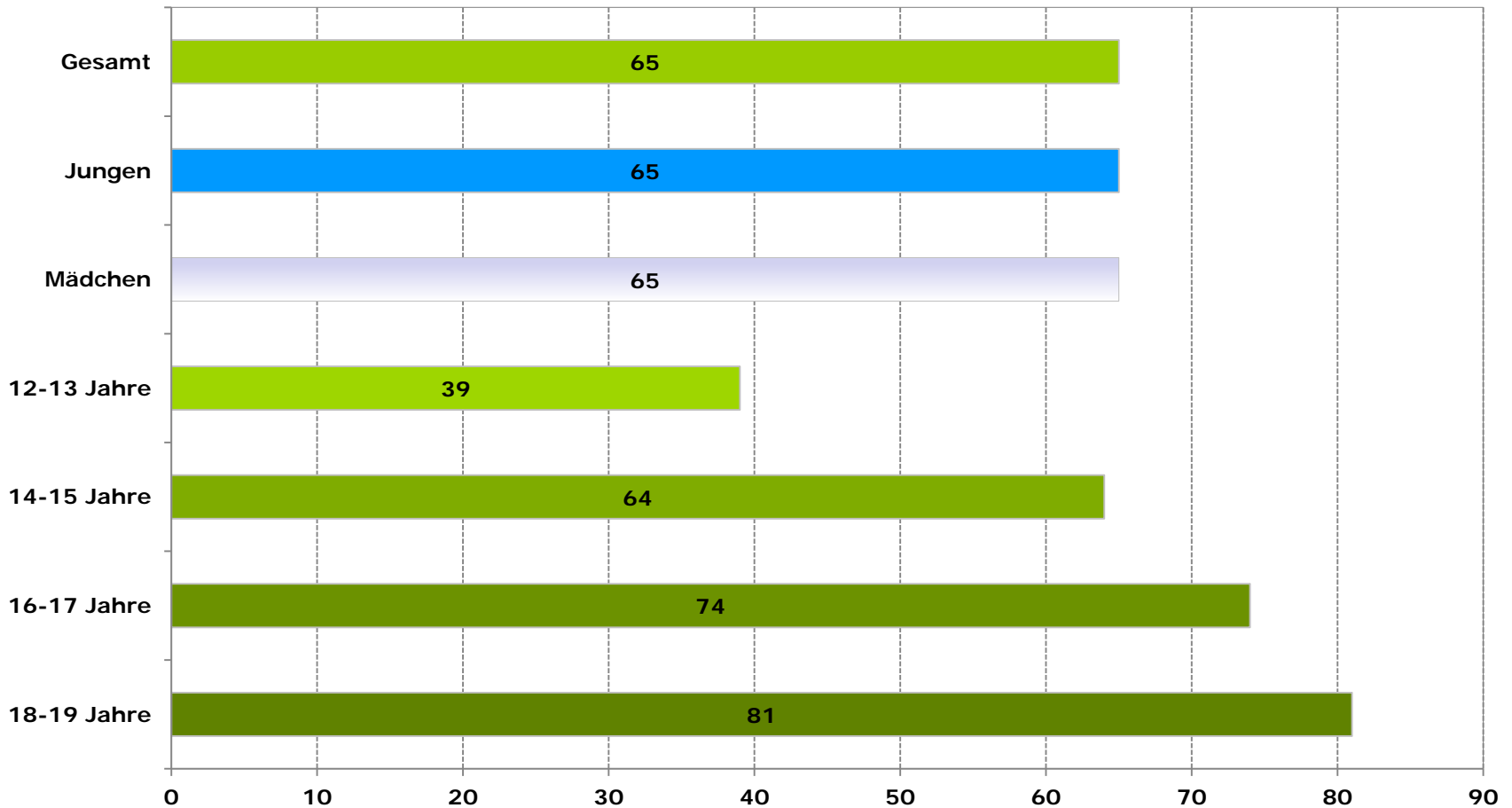


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: Jim-Studie 2011, S. 30.

## Tägliche Internetnutzung 2011 nach Alter und Geschlecht

Nutzung täglich, Angaben in %

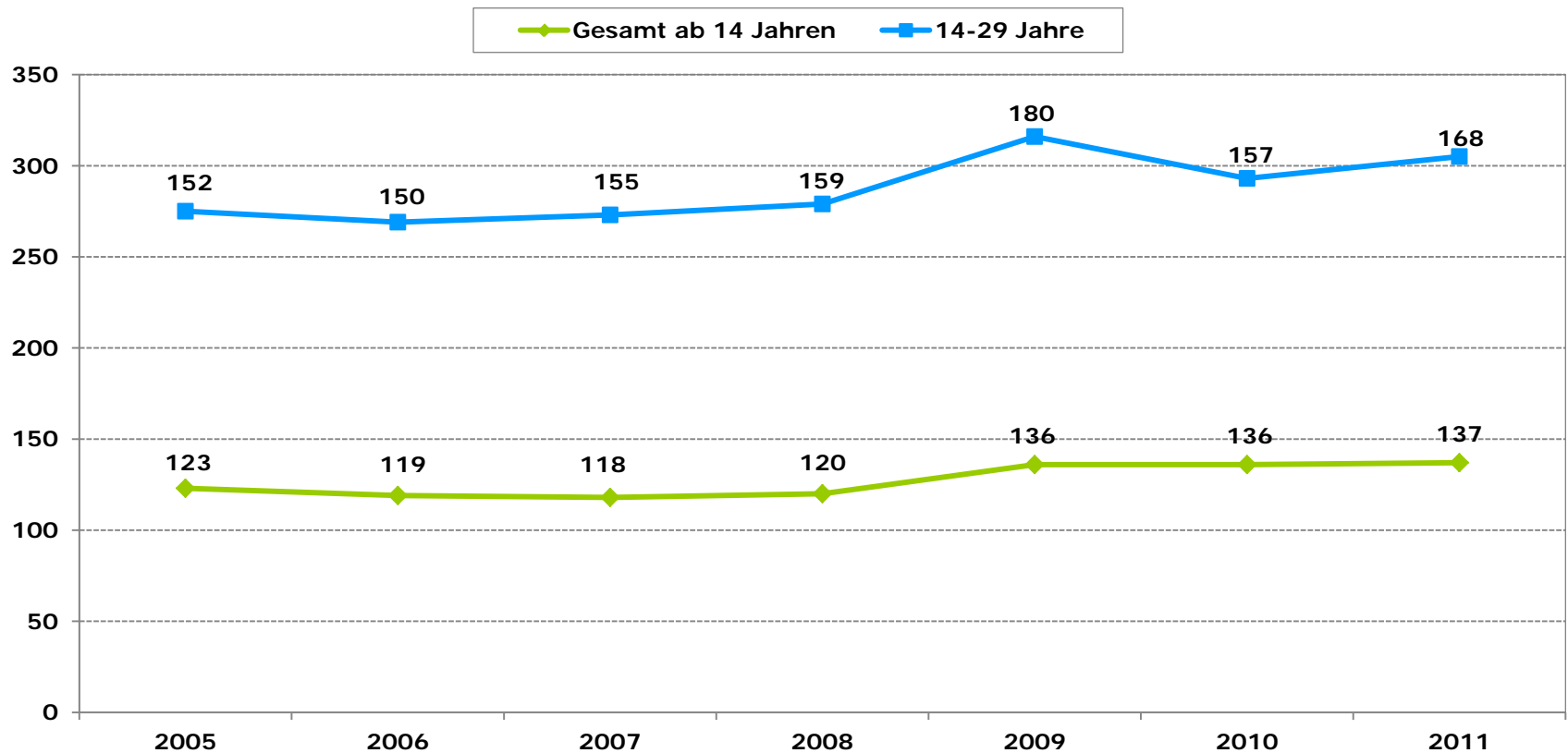


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 31.

## Verweildauer bei der Onlinenutzung von 14- bis 29-Jährigen und Online-Nutzer/innen ab 14 Jahren im Jahresvergleich

Nach eigenen Angaben der Nutzer/innen, in Minuten/Tag

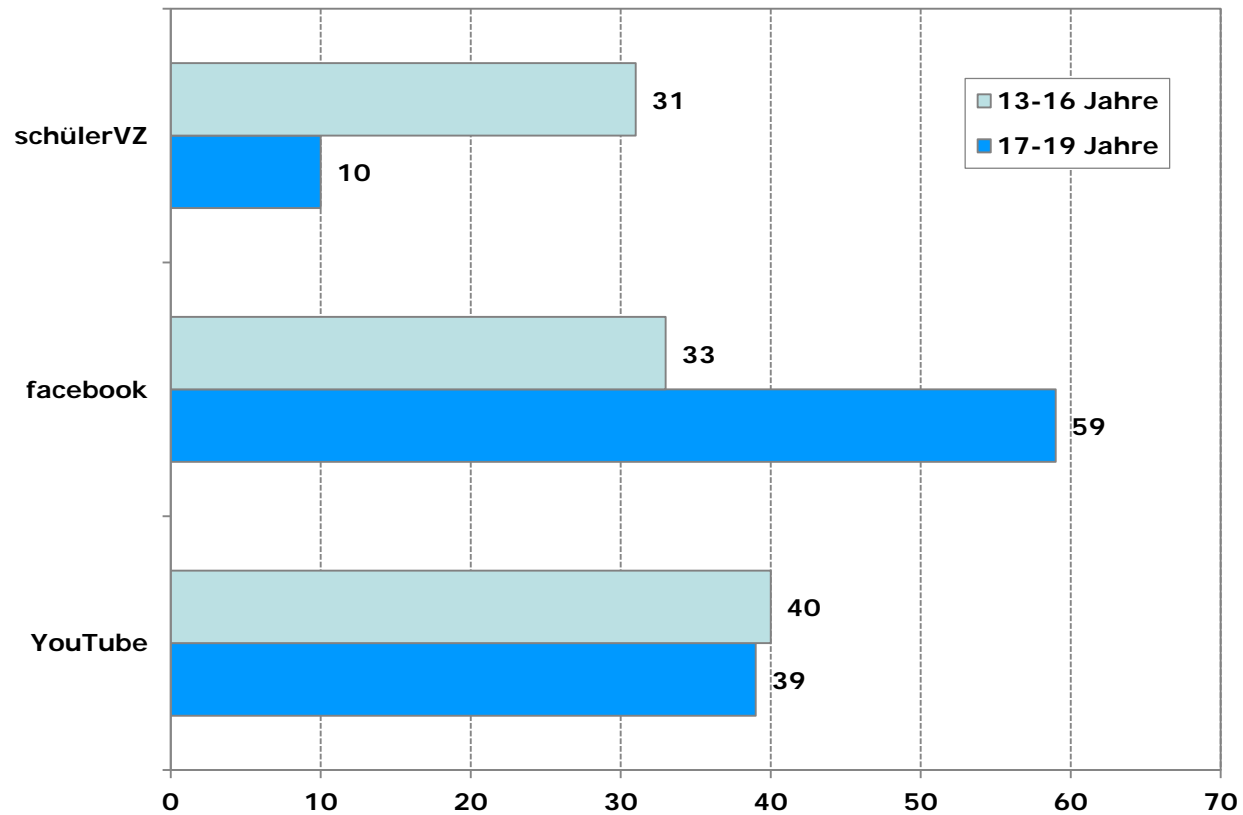


Basis: bis 2009 deutsche Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2009: n=1.212, 2008: n=1.186, 2007: n=1.142, 2006: N=1.084, 2005: n=1.075).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2004-2011.

## Welche Websites besuchten Jungs 2011 am liebsten?

Auswahl, Angaben in %



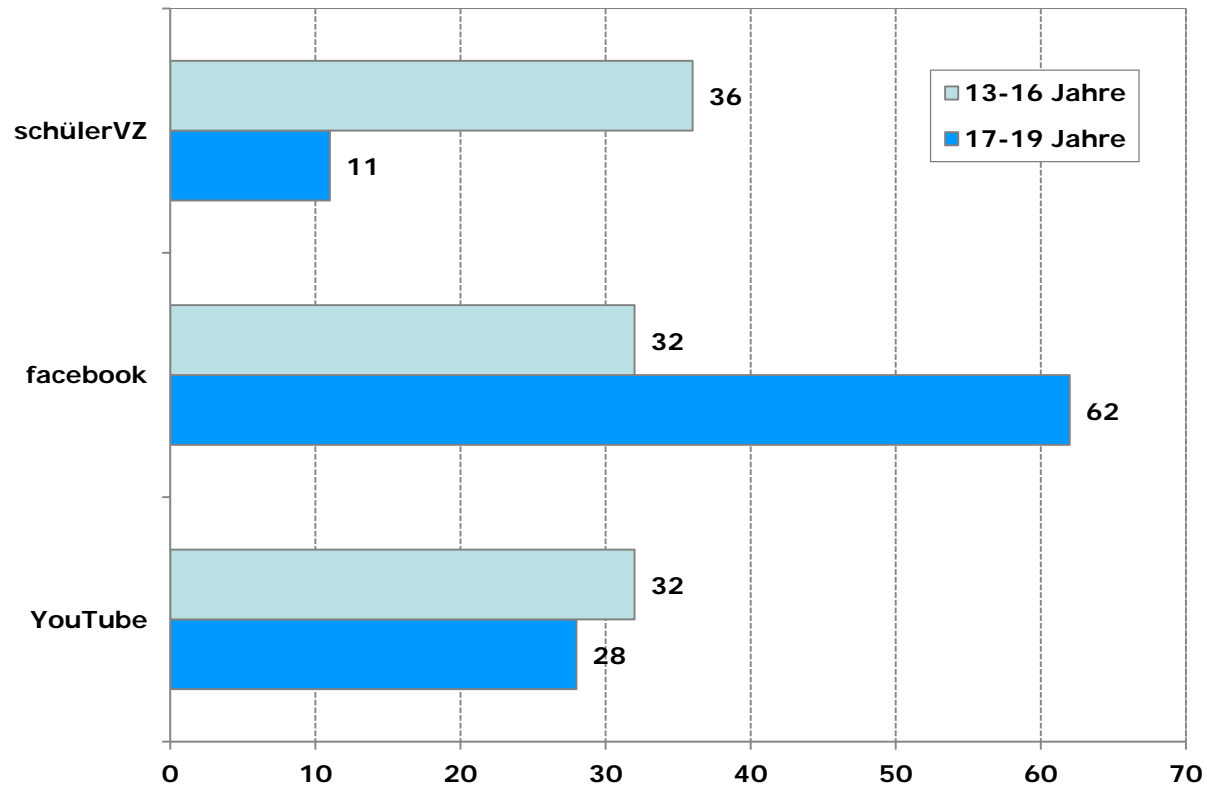
Basis: n=623 Jungen, Internetnutzer, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 120.

Seite 31

## Welche Websites besuchten Mädchen 2011 am liebsten?

Auswahl, Angaben in %

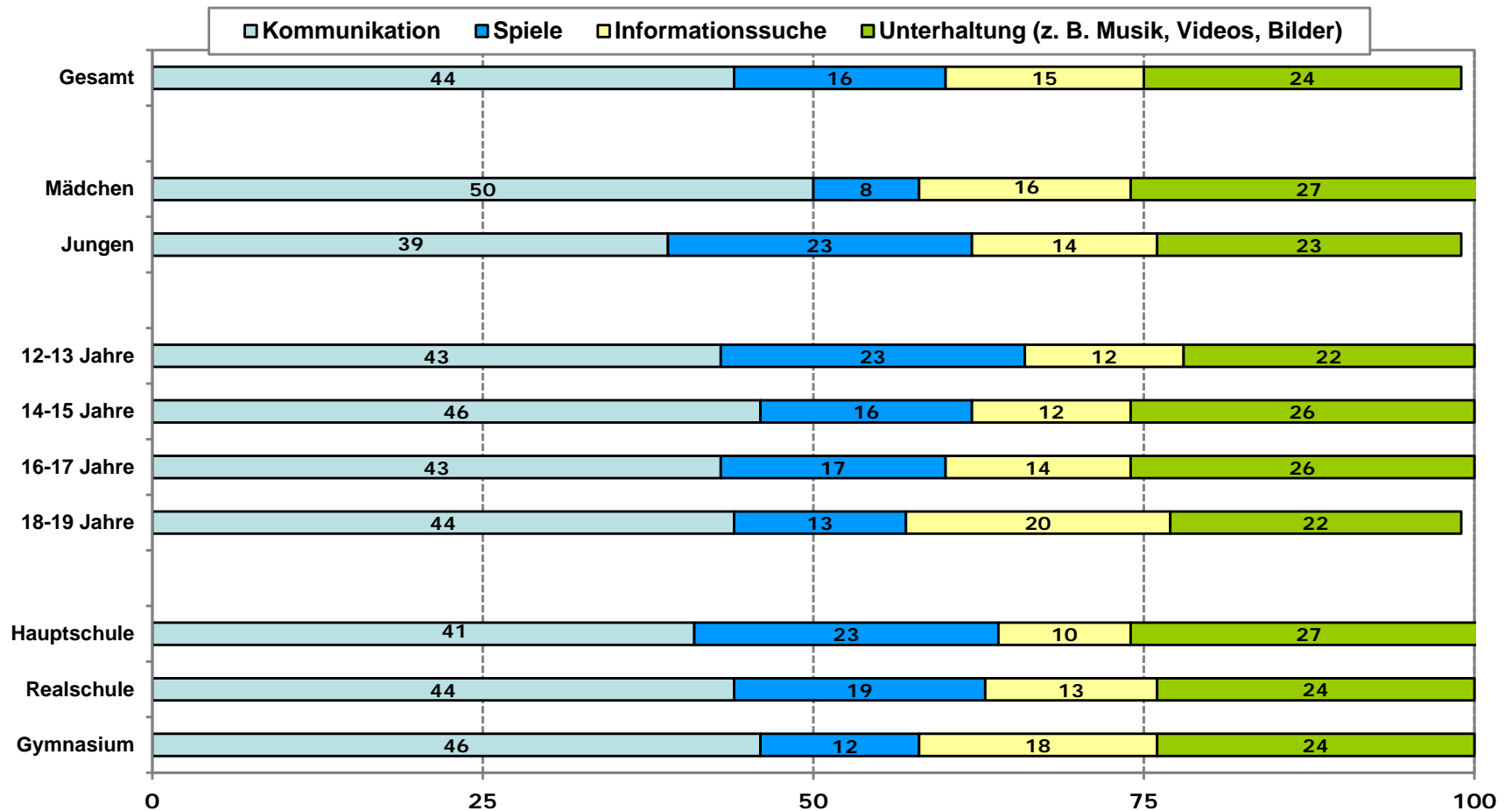


Basis: n=595 Mädchen, Internetnutzerinnen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2011, S. 121.

## Was wird online gemacht? - Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung 2011

Angaben in %

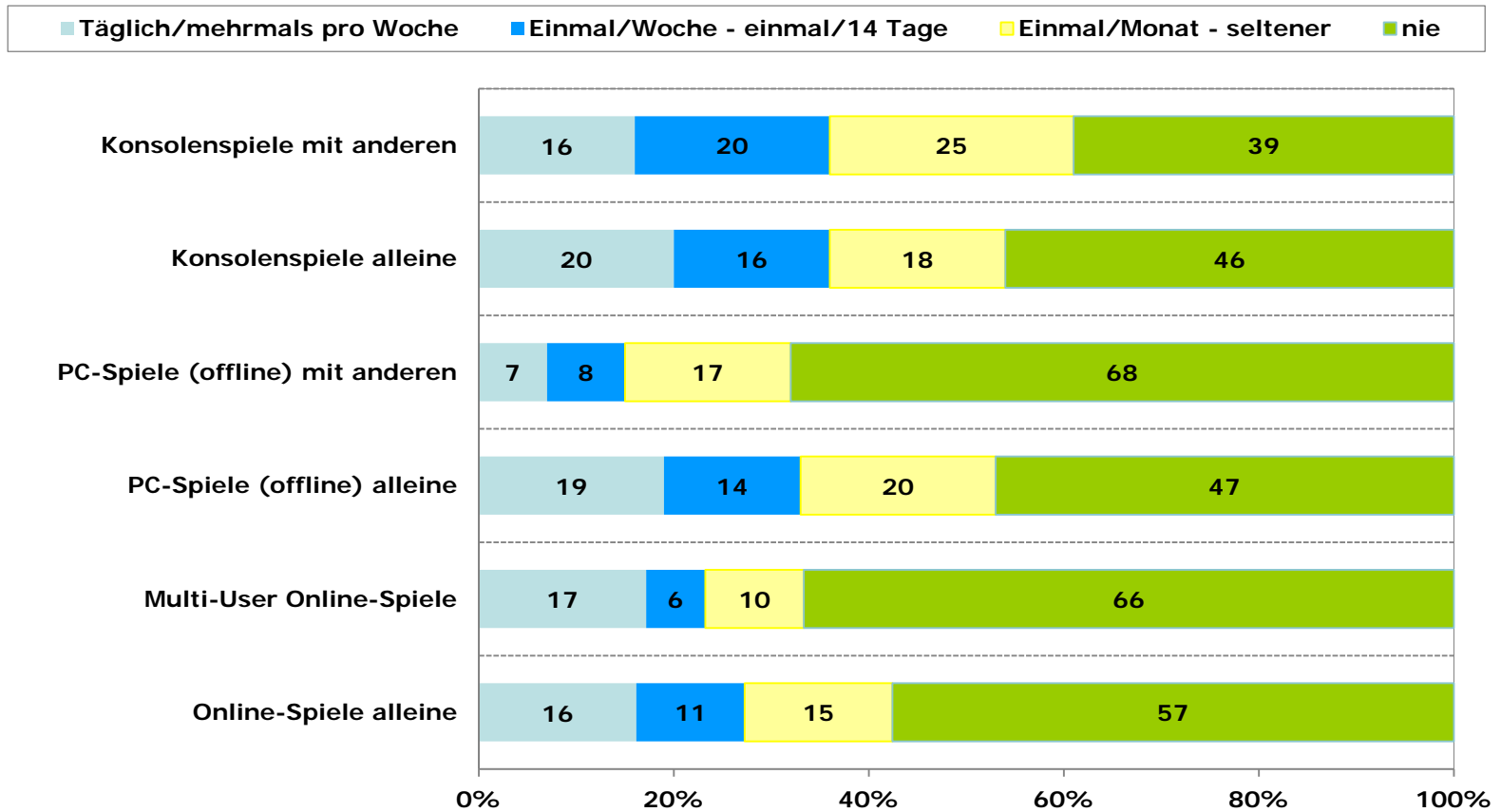


Basis: Internetnutzer/innen, n=1.188, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 33.

## Computer-, Konsolen- und Onlinespiele: Nutzungsfrequenz 2011

Angaben in %

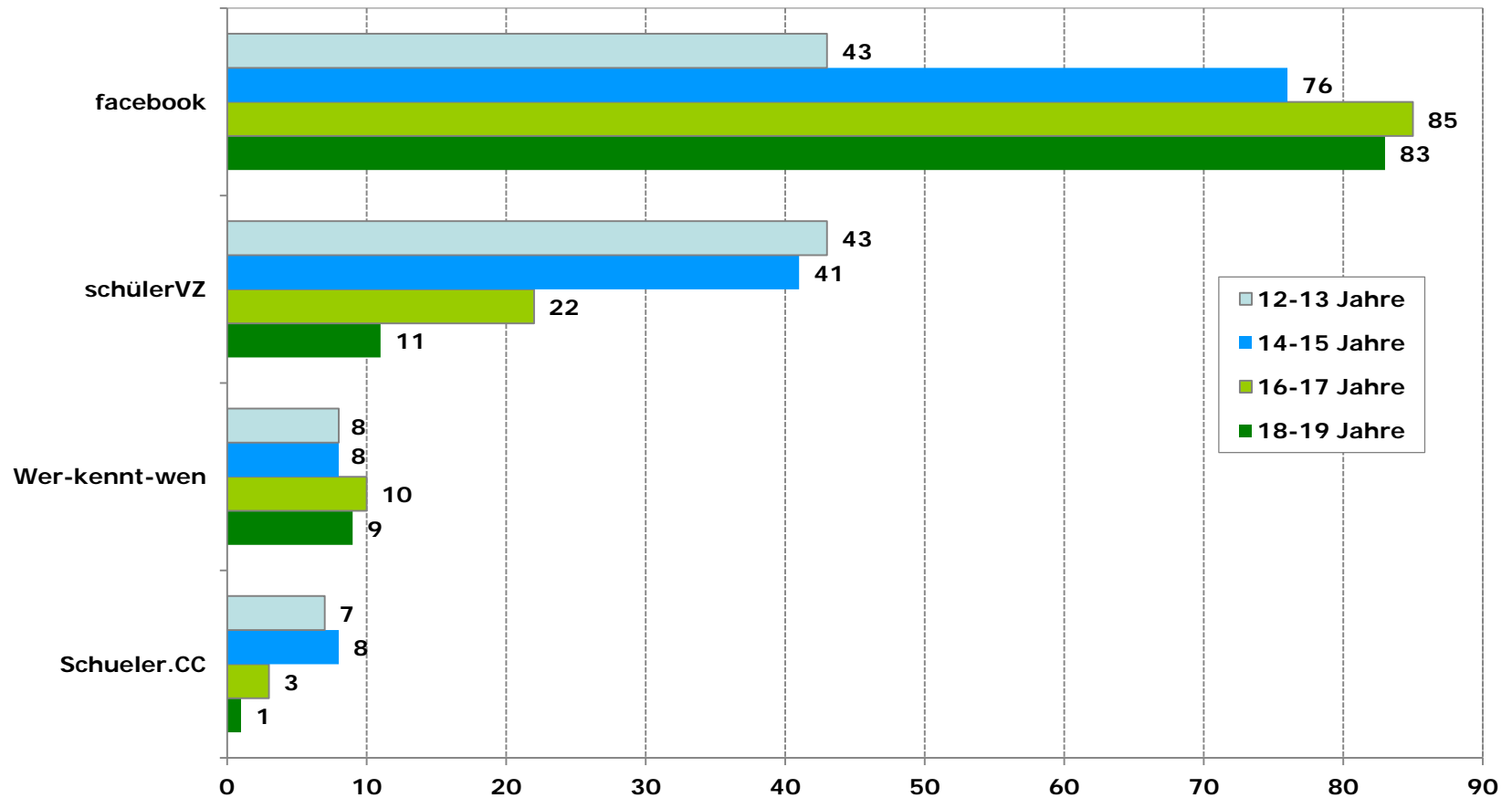


Basis: n=1.205, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 43.

## Beliebte Online Communities 2011, nach Altersgruppen

Offene Nennungen, Auswahl, Angaben in %

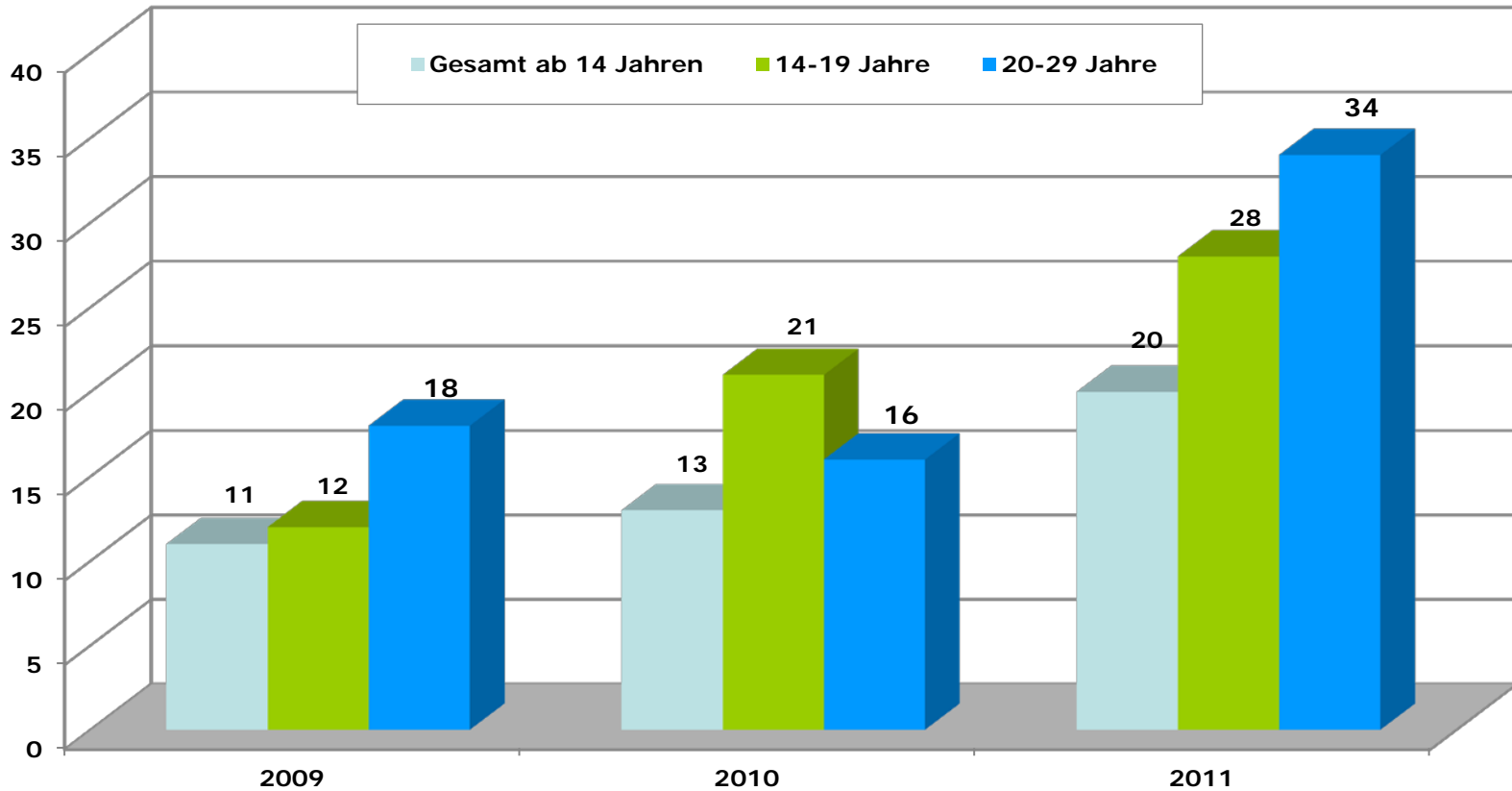


Basis: n=1.188,  
Internetnutzer/innen, 12-19 Jahre,  
Nennungen ab 5 %.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 48.

## Mobile Internetnutzung verschiedener Altersgruppen 2009 bis 2011

Angaben in %

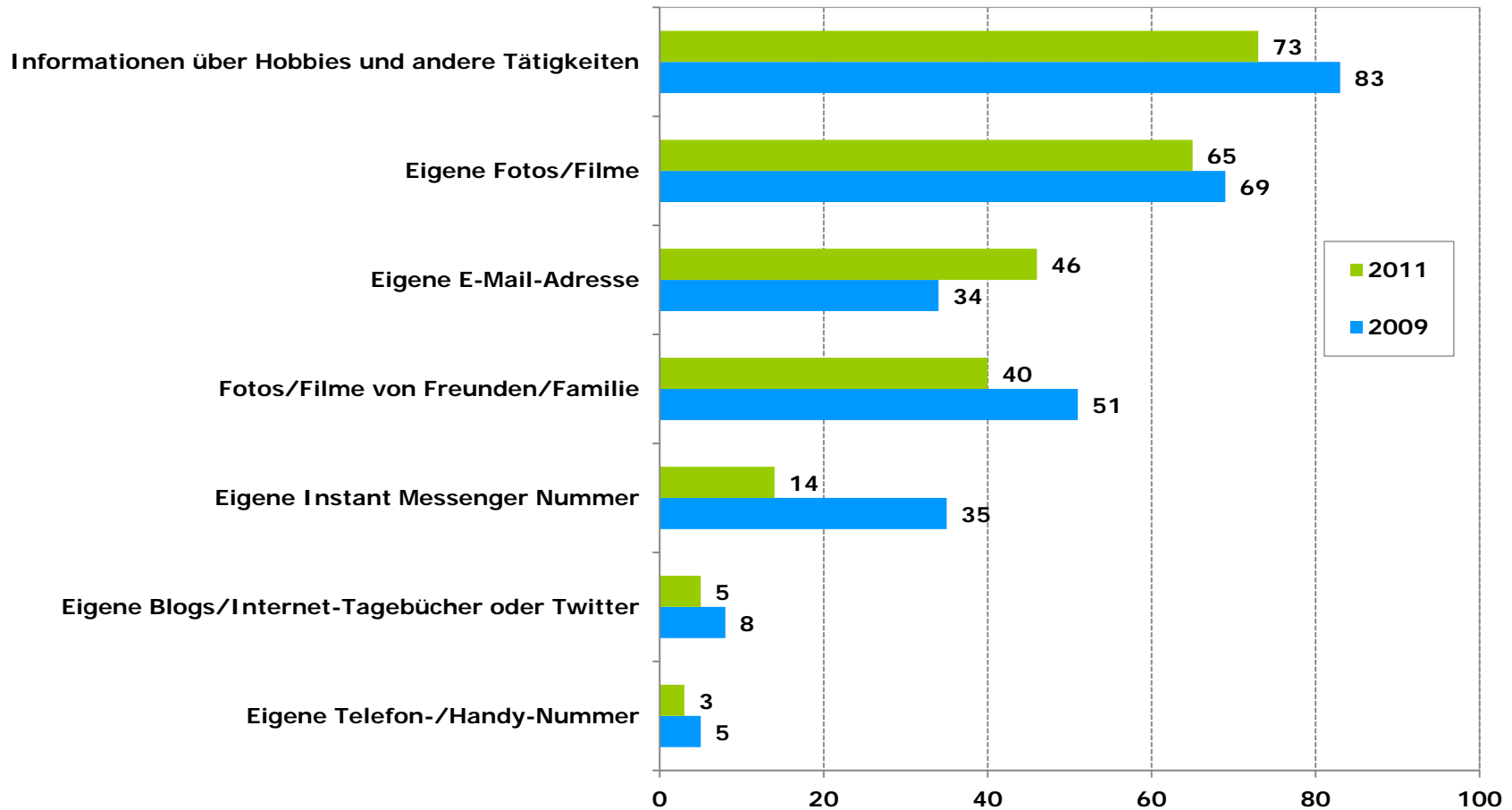


Basis: 2009: Deutsche Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (n=1212). Ab 2010: Deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2011: n=1319, 2010: n=1252)

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2009-2011, in: van Eimeren/Frees 2011, S. 338.

## Welche persönlichen Daten hinterlegen Jugendliche im Internet?

Auswahl, Vergleich 2009 und 2011 (Angaben in %)

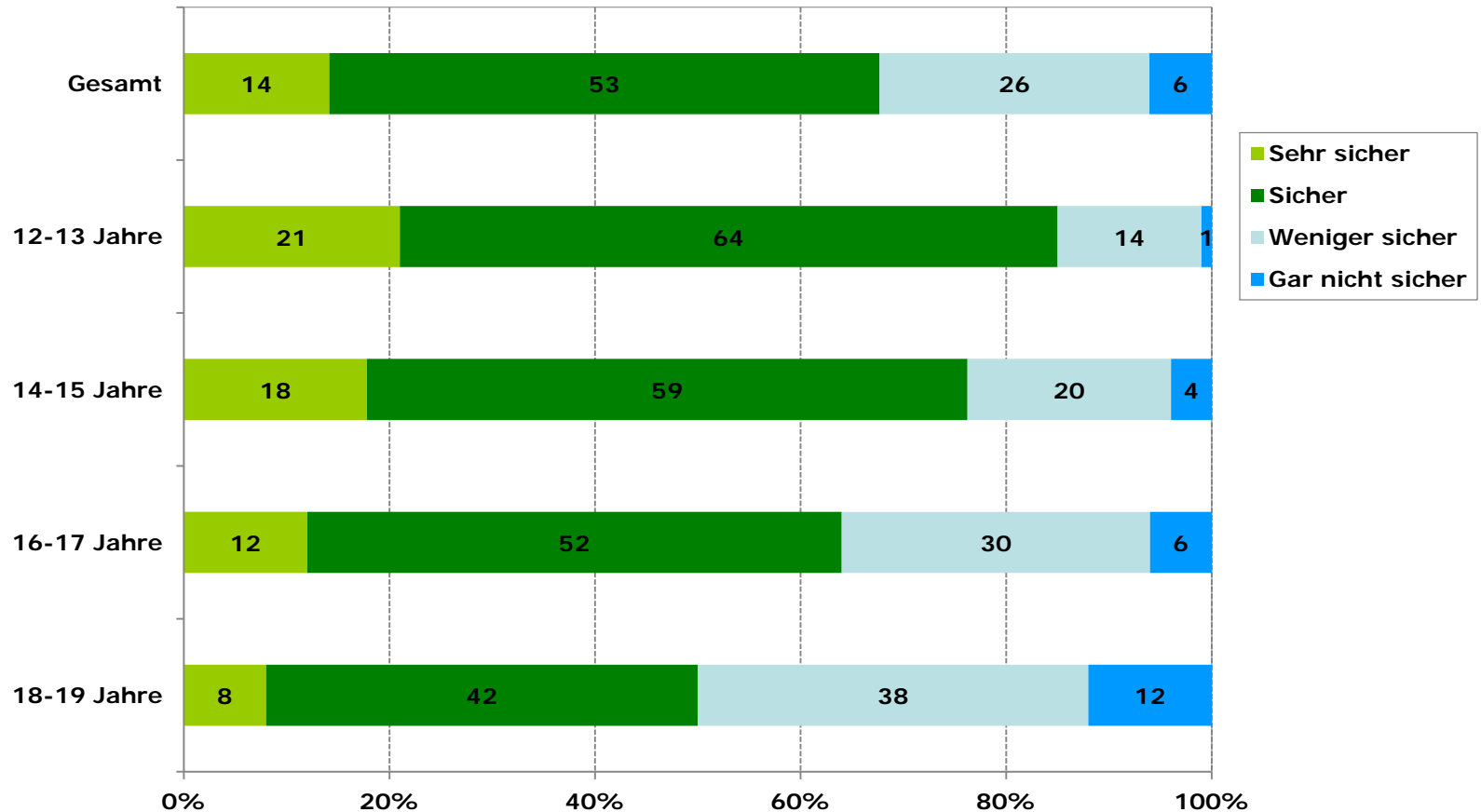


Basis: n=1.188, Internetnutzer/innen, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 50.

## Fühlst du dich in deiner Community in Bezug auf den Schutz deiner Daten sicher?

Nach Altersgruppen (Angaben in %)

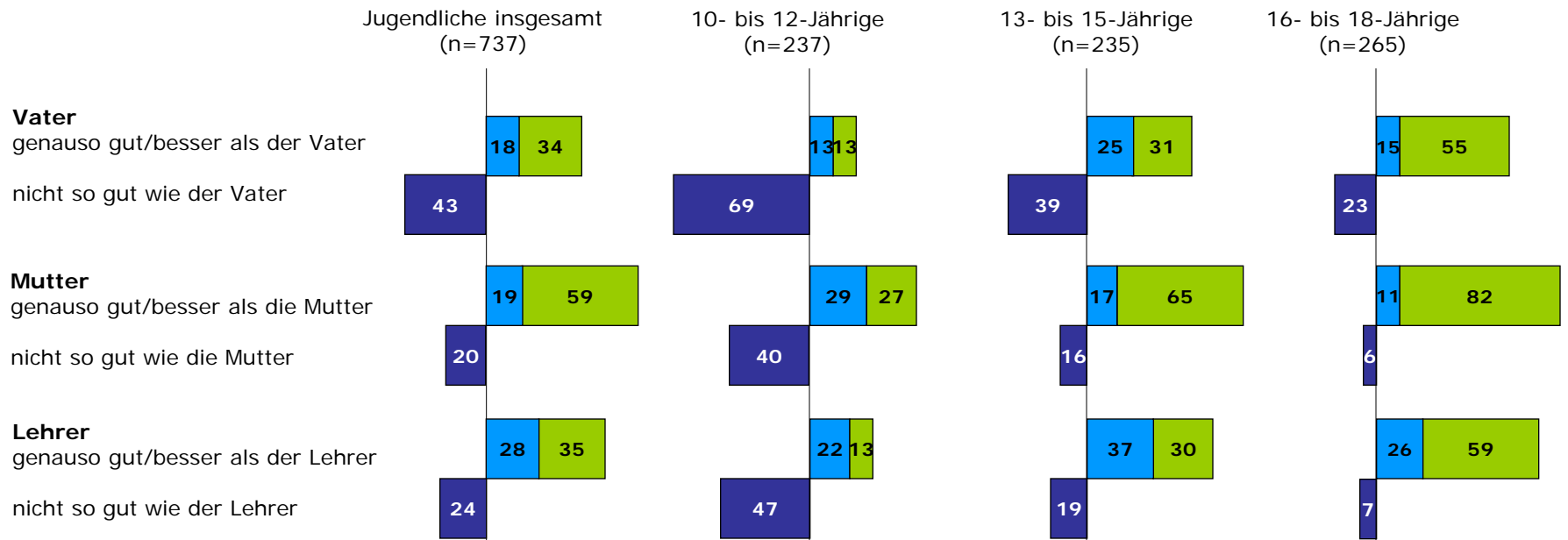


Basis: n=1.041, Nutzer/innen v. Online-Communities, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 51.

## So schätzen Pre-Teens und Jugendliche ihre Computerkenntnisse selbst ein

Nach Alter, 2011 (Angaben in %)

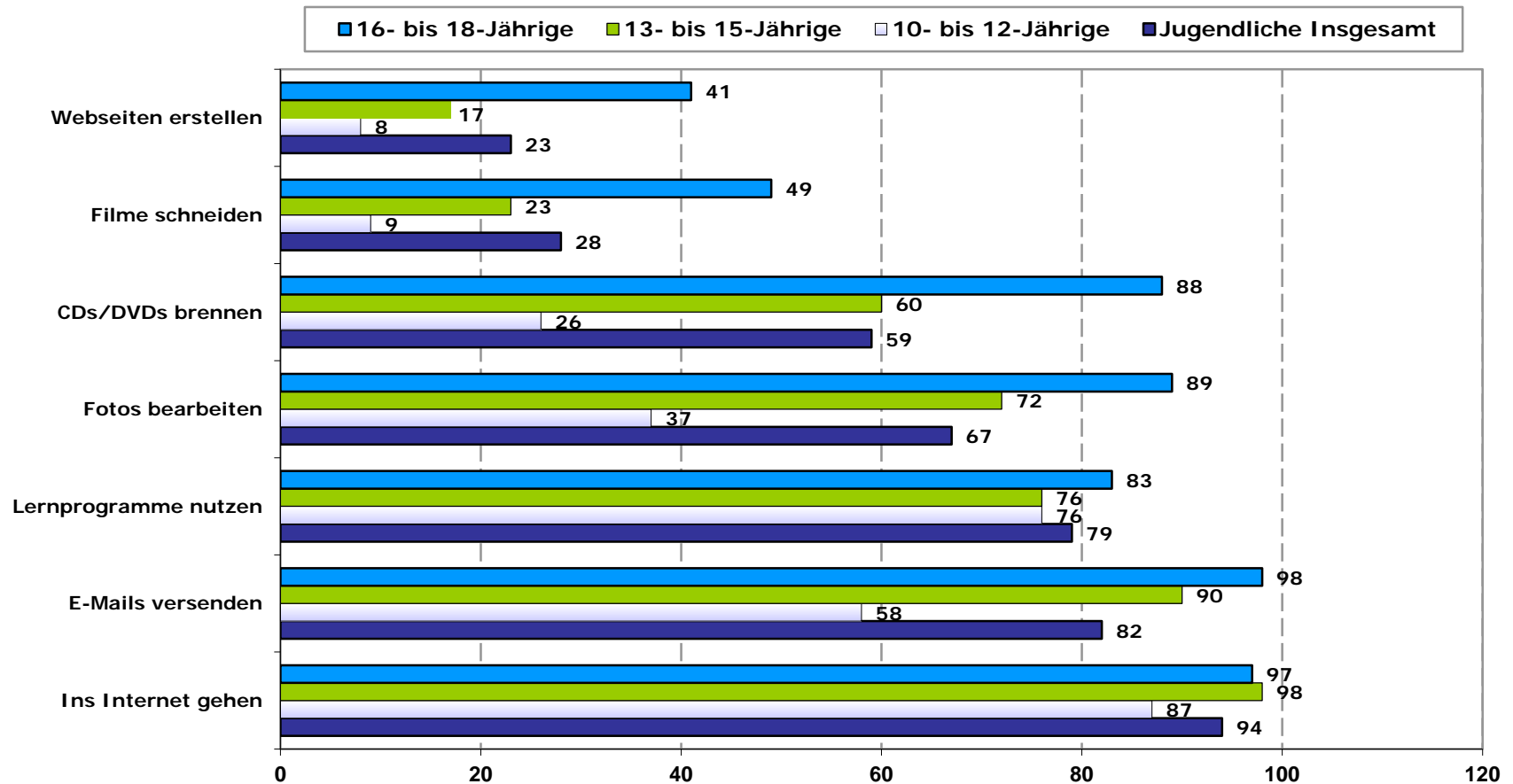


Basis: n=737.

Quelle: BITKOM 2011, S. 16.

## Das können Pre-Teens und Jugendliche am Computer machen

Selbsteinschätzung, Mehrfachnennungen (Angaben in %, Auswahl)



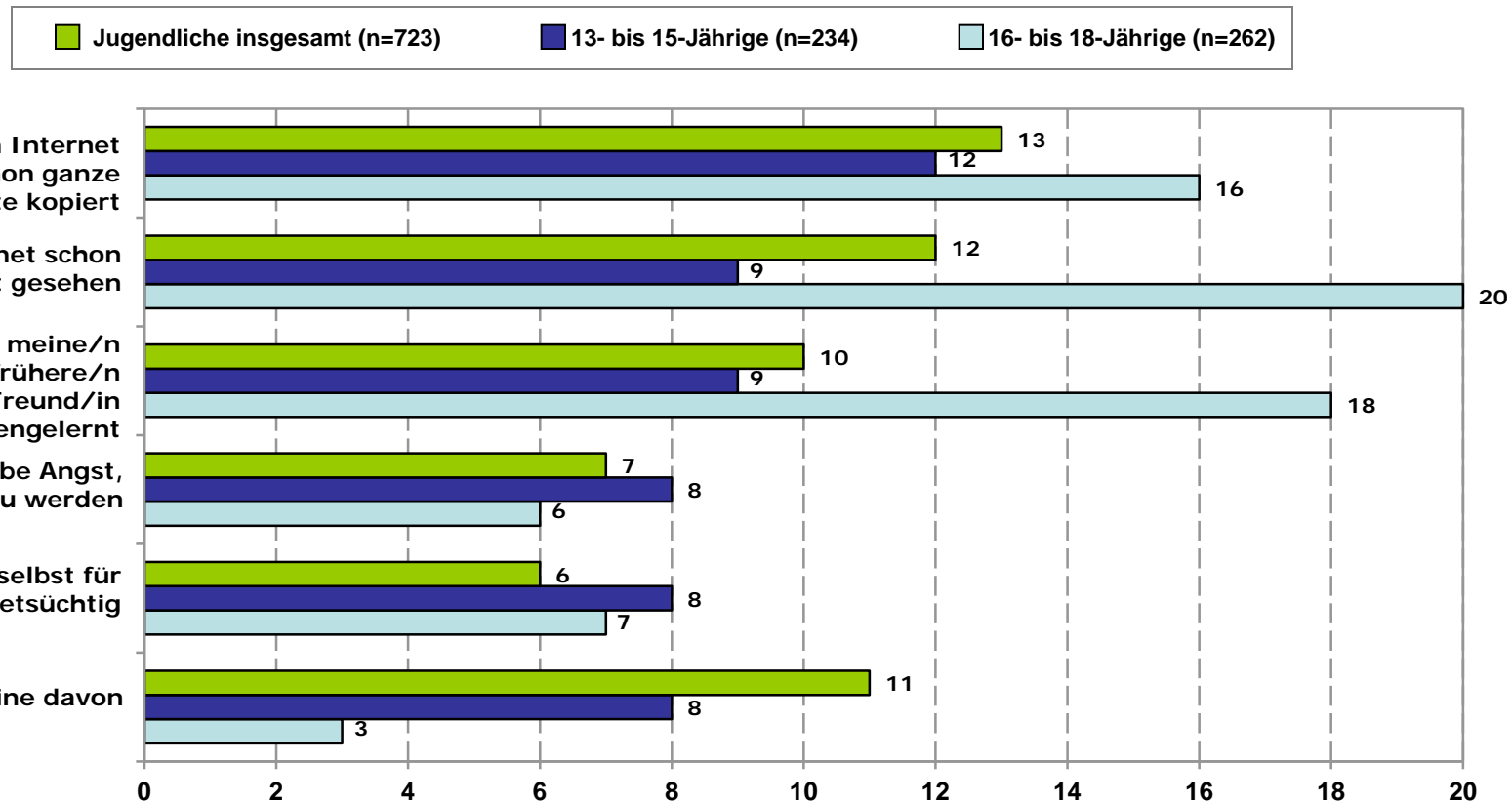
Basis: n=737 Jugendliche.

Quelle: BITKOM 2011, S. 17.

## Aussagen zum Internet und Erfahrungen Jugendlicher

Nach Alter, Mehrfachnennungen möglich (Auswahl, Angaben in %)

Welche der folgenden Aussagen zum Internet kannst du mit „ja“ beantworten?

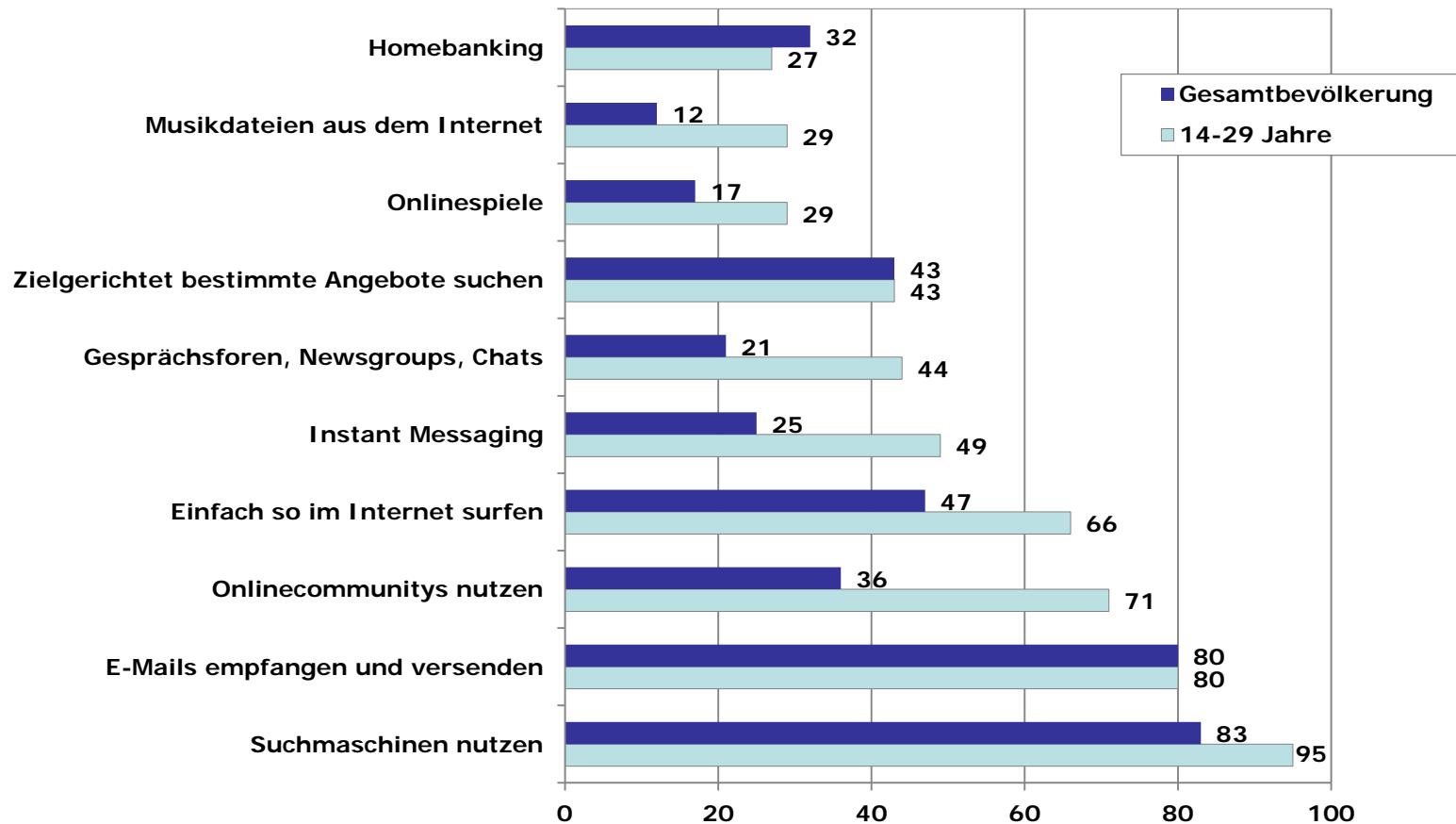


Basis: Internetnutzer/innen, n=723.

Quelle: BITKOM 2011, S. 34.

## Aktivitäten im Internet 2011 – Vergleich Gesamtbevölkerung mit 14- bis 29-Jährigen

Mindestens einmal wöchentliche Nutzung (Auswahl, Angaben in %)

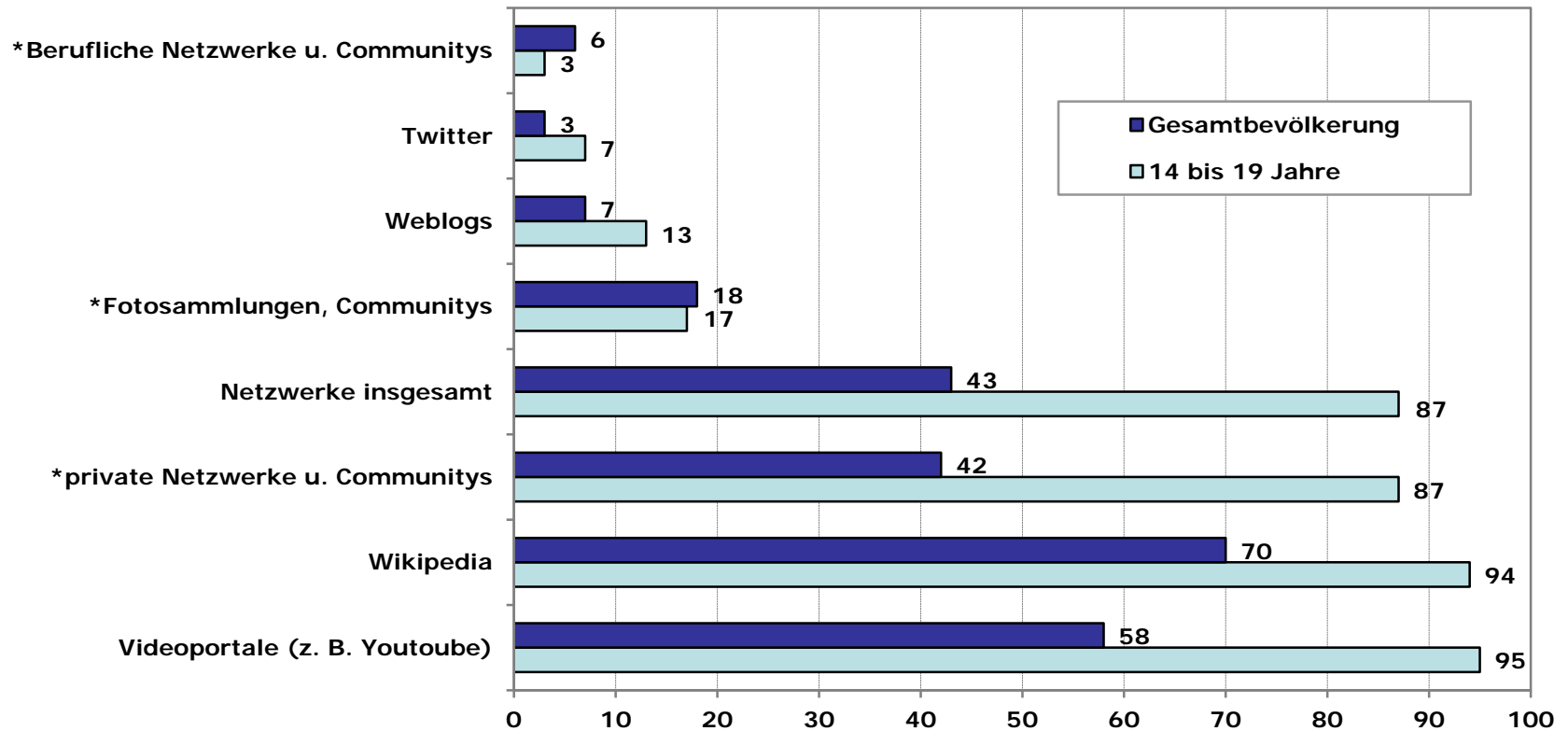


Basis: deutsche Onlinenutzer/innen, n=1.319.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011, in: van Eimeren/Frees 2011, S. 340.

## Web 2.0-Nutzung 2011 - Vergleich 14- bis 19-Jährige mit Gesamtbevölkerung

Zumindest selten genutzt, Angaben in %



Basis: n=1.319 deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

\*Nutzer mit eigenem Profil

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011, in:  
Busemann/Gscheidle 2011, S. 366.

Seite 43

# Jugendliche und Handy

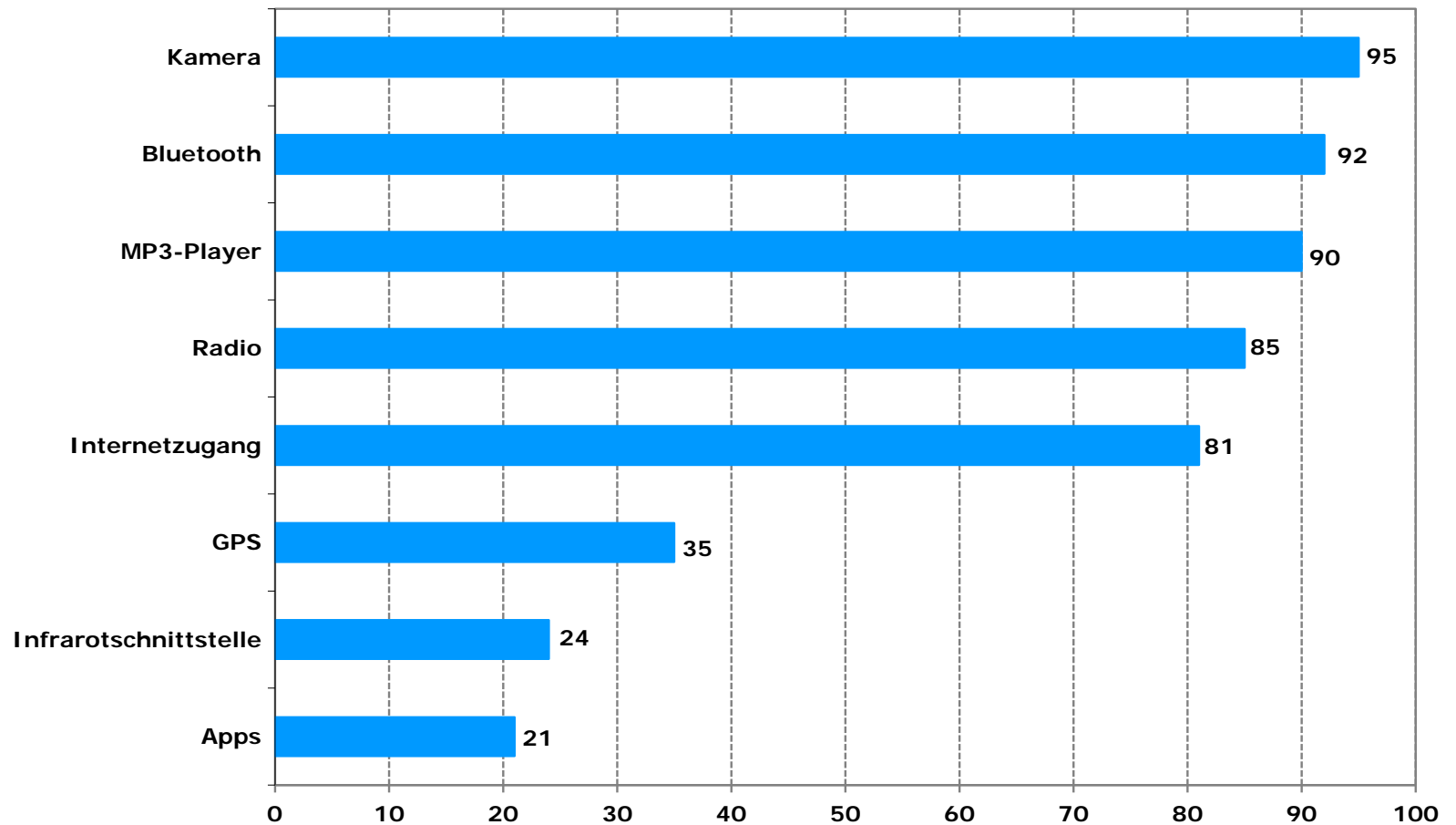
## Das eigene Handy

- Nahezu jeder Jugendliche (96 %) hatte 2011 ein **eigenes Handy** zur Verfügung. 25 % besitzen ein Smartphone/iPhone mit erweiterten Funktionen und Internetzugang.
- Das Handy kostete Heranwachsende 2011 durchschnittlich **16,81 Euro** im Monat. Mädchen gaben etwas mehr für ihr Handy aus als Jungen.
- 68 % der Jugendlichen besitzen eine **Prepaid-Karte**.
- Lediglich 4 % der Handynutzer/innen gaben an, schon einmal **Schulden** wegen des Handys gemacht zu haben.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 57 f.

## Ausstattung des eigenen Handys 2011

Angaben in %

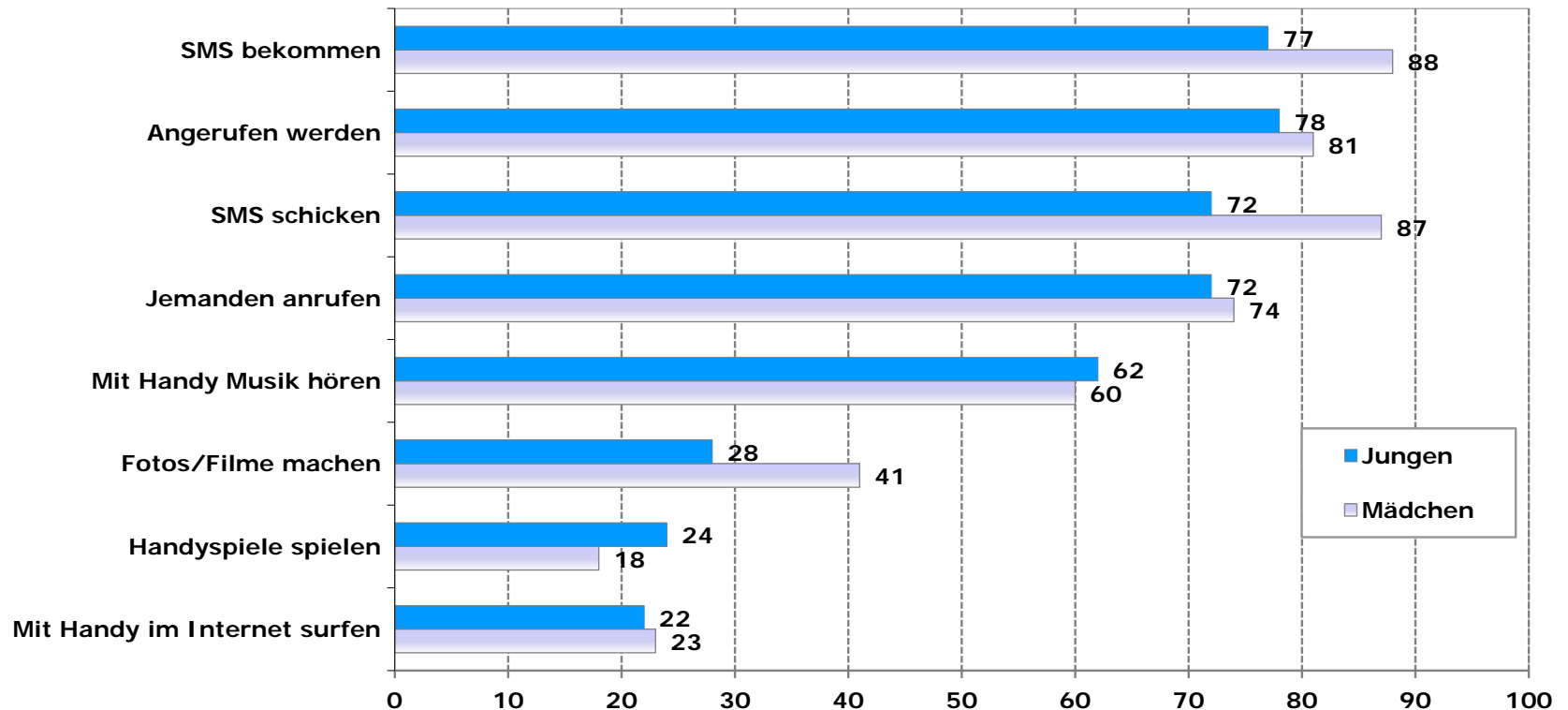


Basis: n=1.173, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 58.

## Häufigste Nutzungsarten des Handys 2011

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl (Angaben in %)

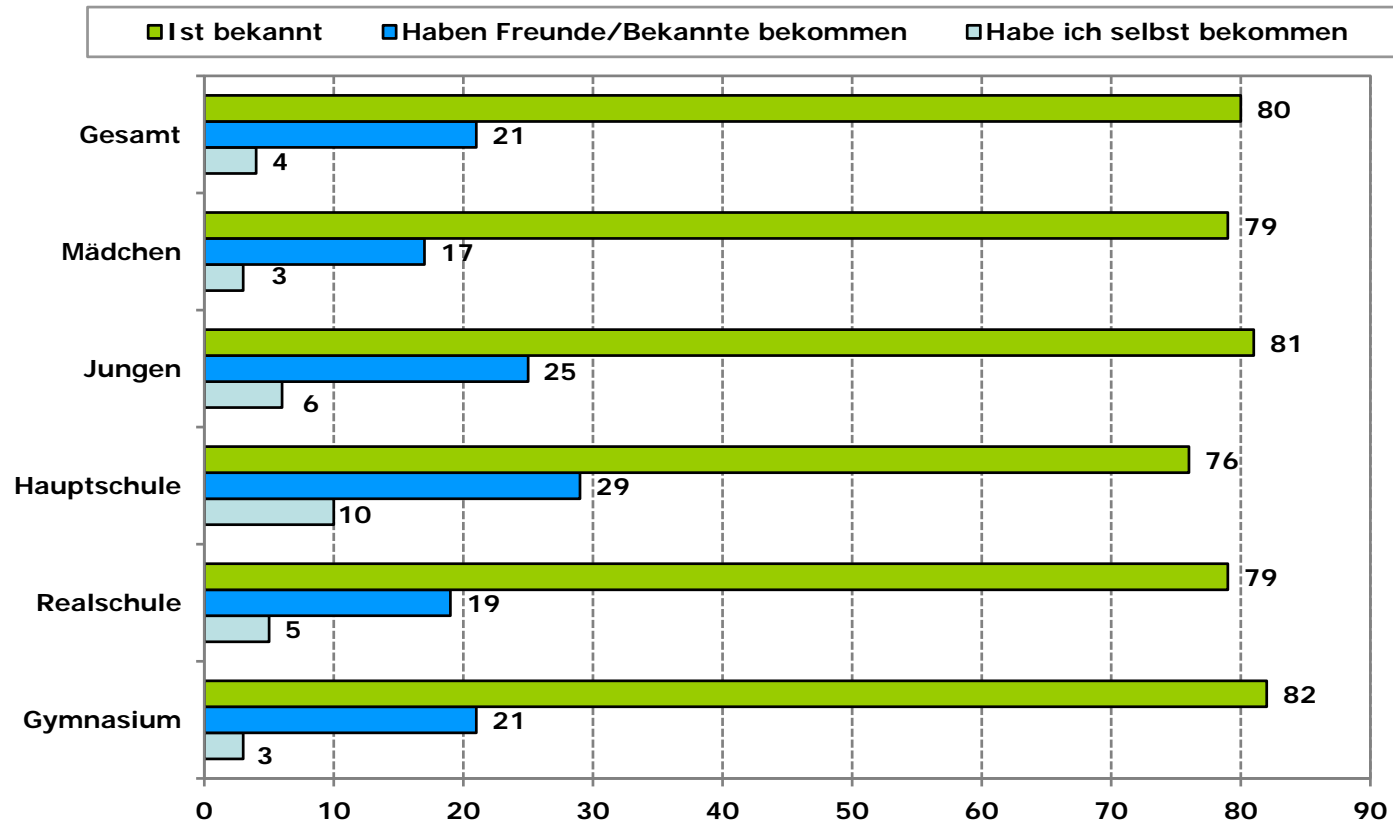


Basis: n=1.173, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 60.

## Wie viele Jugendliche haben 2011 schon Erfahrungen mit brutalen Videos und Pornofilmen auf dem Handy gemacht?

Angaben in %

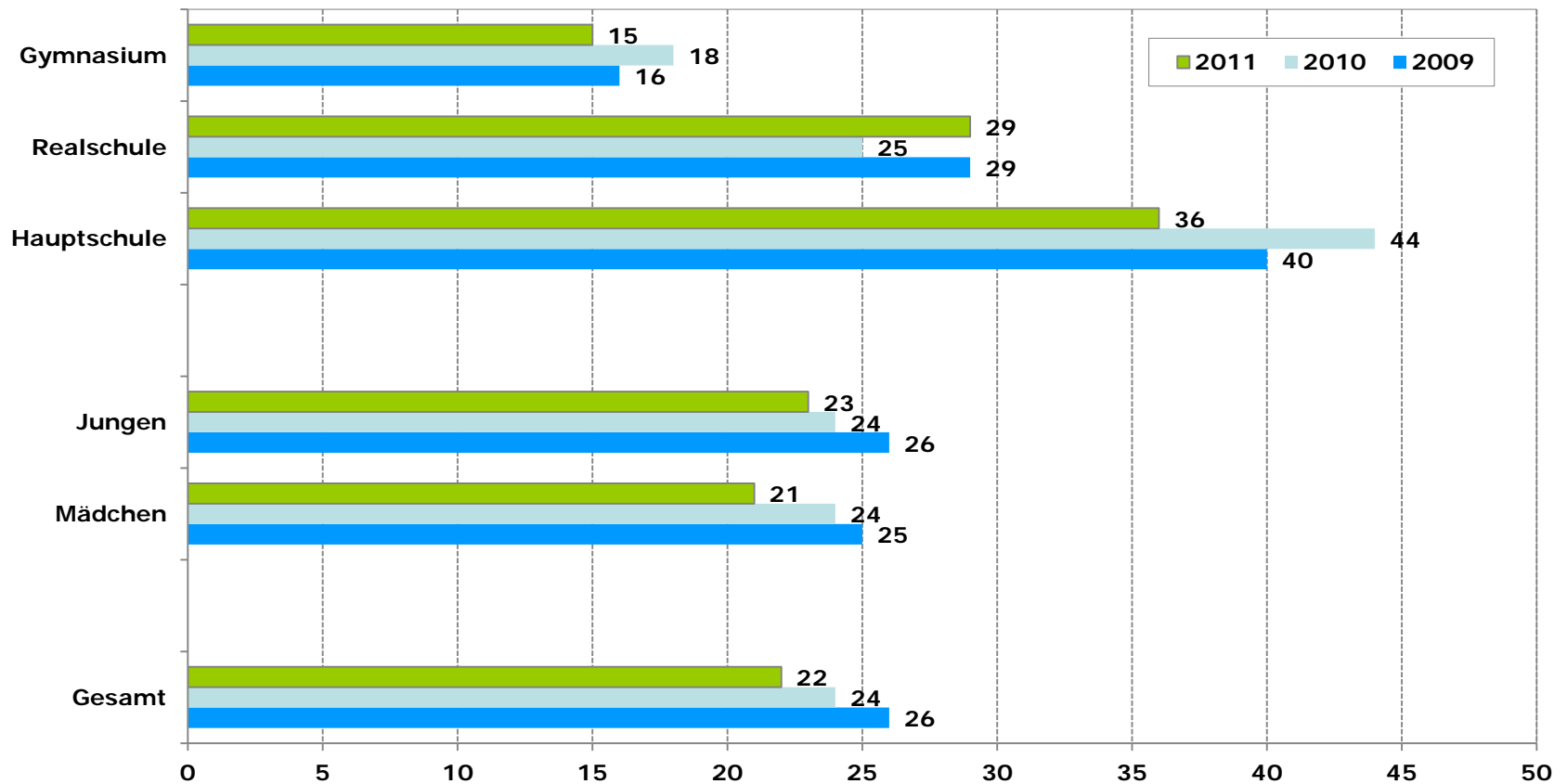


Basis: n=1.173, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 62.

## Gewalt und Handy 2011: „Happy Slapping“

„Ich habe schon mal mitbekommen, dass eine echte Schlägerei mit dem Handy gefilmt wurde.“  
(Angaben in %)



Basis: n=1.173, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2011, S. 63.

## Zitierte Studien

- AGF/GfK (01.01.-30.06.2011), ma 2011/I, ARD/ZDF-Onlinestudie 2011, Massenkommunikation 2010. Datenquelle: URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=289> (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- ARD/ZDF-Onlinestudie 2004-2011. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=319> (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. web2.0-Nutzung nach Alter und Geschlecht. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=243> (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Best, Stefanie/Breunig, Christian: Parallele und exklusive Mediennutzung. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 16-35. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/01-2011\\_Best\\_Breunig\\_01.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2011_Best_Breunig_01.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- BITKOM: Jugend 2.0. Eine repräsentative Untersuchung zum Internetverhalten von 10- bis 18-Jährigen. Berlin 2011. URL: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Studie\\_Jugend\\_2.0.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph: Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. In: Media Perspektiven 7-8/2011, S. 360-369. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/0708-2011\\_Busemann\\_Gscheidle.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2011_Busemann_Gscheidle.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Frees, Beate/Fisch, Martin: Veränderte Mediennutzung durch Communitys? In: Media Perspektiven 3/2011, S. 154-164. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/03-2011\\_Frees\\_Fisch.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2011_Frees_Fisch.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter: Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen. In: Media Perspektiven 11/2011, S. 543-561. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2011\\_Gerhards\\_Klingler.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2011_Gerhards_Klingler.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2011. Bericht. URL: [http://iconkids.com/deutsch/download/news/2011/07\\_04/2011\\_Info\\_TTK.pdf](http://iconkids.com/deutsch/download/news/2011/07_04/2011_Info_TTK.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- IP Deutschland/TNS Emnid: DigitalBarometer. Parallelnutzung: Interaktivität beim Fernsehen. November 2011. URL: [http://www.wuv.de/var/storage/wuv/digitalbarometer\\_herbst\\_2011.pdf](http://www.wuv.de/var/storage/wuv/digitalbarometer_herbst_2011.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).

## Zitierte Studien

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2011. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart 2011. URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf11/JIM2011.pdf> (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Schneider, Silke/Warth, Stefan: Kinder und Jugendliche im Internet. Emotionaler und pragmatischer Nutzen der Websites stehen im Vordergrund. In: Media Perspektiven, 10/2010, S. 471-482.  
URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf11/JIM2011.pdf> (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven 11/2010, S. 537-548.  
URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2010\\_Engel.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2010_Engel.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? In: Media Perspektiven 7-8/2011, S. 334-349.  
URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/0708-2011\\_Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2011_Eimeren_Frees.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- van Eimeren, Birgit/Ridder, Christa-Maria: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 2-14.  
URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/01-2011\\_Eimeren\\_Ridder.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2011_Eimeren_Ridder.pdf) (letzter Aufruf: 8.2.2012).
- Viacom: Die Jugend ist tot, es lebe die Jugend. Studie 2011.  
URL: [http://www.viacombrandsolutions.de/media/6\\_research/studien\\_pdfs/die+Jugend\\_ist\\_tot\\_es\\_lebe\\_die\\_Jugend](http://www.viacombrandsolutions.de/media/6_research/studien_pdfs/die+Jugend_ist_tot_es_lebe_die_Jugend) (letzter Aufruf: 8.2.2012)